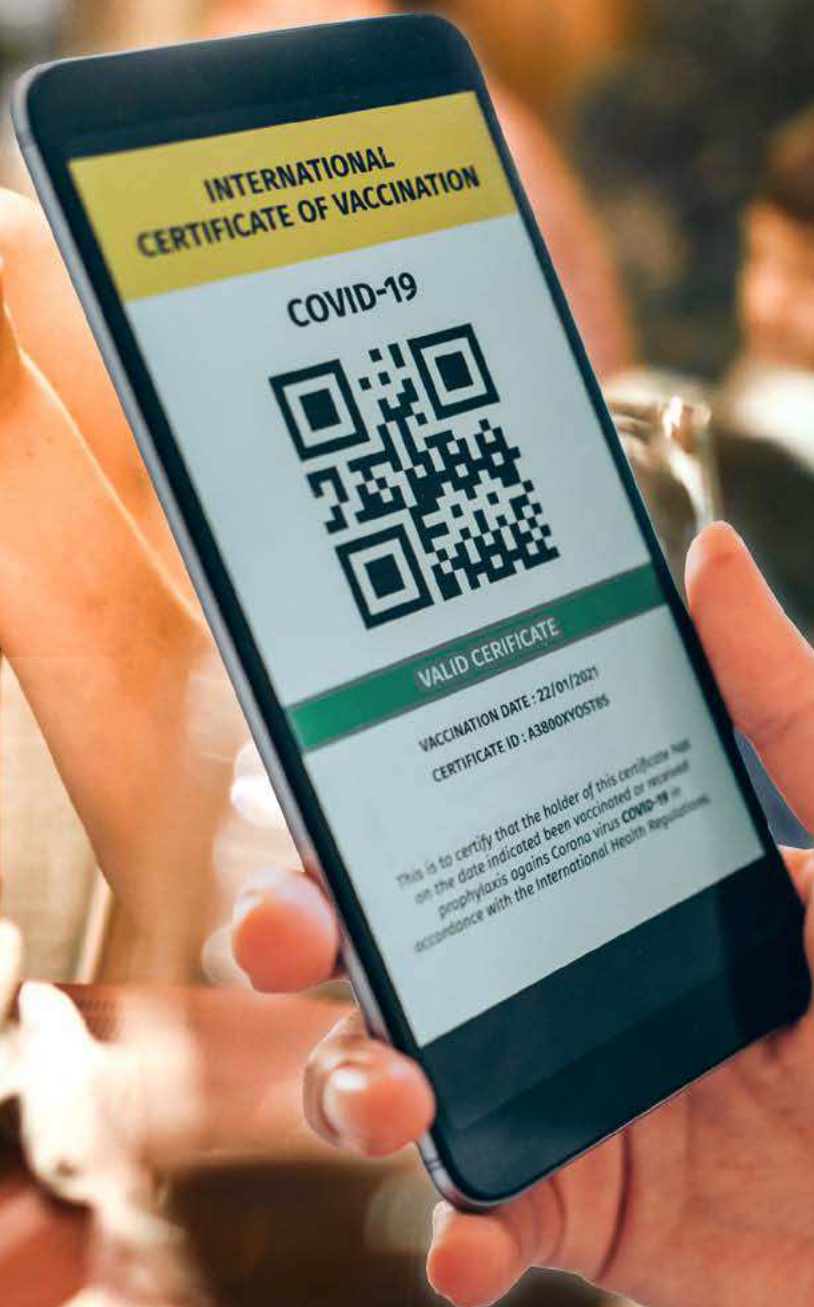
anno 26 n° 9 settembre 2021

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu

GARE E APPALTI
Quando la qualità non emerge

FRANCHISING
Soffia il vento della crescita

INTERNATIONAL CERTIFICATE OF VACCINATION
COVID-19
VALID CERIFICATE

Green pass
ARMA IN PIÙ PER LA RIPRESA

EDIFIS

TUTELA DELLA SALUTE **e salvaguardia dell'economia**

"Rispetto a un anno fa, finalmente le carte in tavola sono cambiate. Nonostante le preoccupazioni per una ripartenza della pandemia ci accompagnino in questo scampolo d'estate, la massiccia campagna vaccinale ha fatto la sua parte mettendo in sicurezza buona parte degli italiani e dando respiro ad una ripresa economica sempre più netta e incoraggiante. Ma mentre il nostro PIL cresce a ritmi anche interessanti rispetto ad altri Paesi dell'Unione, non accenna a calare l'incoscienza di chi ancora continua a combattere contro i vaccini. E la ristorazione?... La ripartenza dei consumi è un dato di fatto anche se, almeno per un po', dovremo essere ancora capaci di coniugare la tutela della salute con la salvaguardia delle attività. In questa complessa sfida entra in gioco un nuovo importante attore: il Green Pass. La certificazione verde arriva anche nei ristoranti aziendali e se da un lato crediamo nella bontà del suo utilizzo, dall'altro condividiamo la preoccupazione delle società di ristorazione che temono di vedersi accollare l'onere e la responsabilità del controllo che graverebbe sui già risicati margini di profitto. Staremo a vedere."

COMITATO PROMOTORE

Rosario Ambrosino • A.D. **Gruppo Elior Italia**

Stefano Biaggi • Presidente e A.D. **Sodexo Italia**

Cristian Biasoni • A.D. **Chef Express** - Presidente **AIGRIM**

Corrado Cagnola • A.D. **KFC Italy**

Sergio Castelli • A.D. **Areas Italia**

Roberto Colombo • Amministratore Delegato **Sebeto**

Massimiliano Fabbro • A.D. **Fabbro** - Presidente **Anir**

Mario Federico • A.D. **McDonald's Italia**

Andrea Laguardia • Resp. di settore **Legacoop Produzione & Servizi**

Chiara Nasi • Presidente **CIRFOOD**

Alberto Niero • Ceo Italia **Lagardère Travel Retail**

Ernesto Pellegrini • Presidente **Gruppo Pellegrini**

Alessandro Pirinoli • Managing Director **Compass Group Italia**

Tommaso Putin • Resp. Pianificazione e controllo **Serenissima Ristorazione**

Massimiliano Santoro • Director Publ. Affairs and Europe Business Dvlp. **Autogrill**

Antonio Savoia • Presidente **Edifis**

Carlo Scarsciotti • Presidente **Angem** Portavoce **Oricon**

Renato Spotti • A.D. **Dussmann Service**

Lino Stoppani • Presidente **Fipe**

Andrea Valota • General Manager **La Piadineria**

Danilo Villa • Direttore Generale **CAMST**

Lino Volpe • Presidente **Gruppo Elior Italia**

Per informazioni sul Convegno e sponsorizzazioni: convegni@edifis.it - pubblicita@edifis.it

i Convegni di **Ristorando**

Media partners:

in collaborazione con:

11ª EDIZIONE
MOSTRA CONVEGNO

Centro Convegni "Le Stelline" Milano - Corso Magenta, 61

PLATINUM SPONSOR

GOLD SPONSOR

SILVER SPONSOR

ASSOCIAZIONI PARTNER

SETTEMBRE 2021

RUBRICHE

Ristorando

Anno 26 - numero 9 - Settembre 2021

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina • Antonio Duva • Corrado Giannone • Roberto Giannone • Giovanni Lizzini • Davide Moscuzza • Andrea Penazzi • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Francesca Gerbino • francesca.gerbino@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: BOOST SpA • Cenate Sotto (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu

Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Ristorando
una rivista edita da:

EDIFIS S.r.l.
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

Alle Molinette la mensa da 4 mila pasti di Dussmann diventa "intelligente"

Controllo delle temperature e risparmio energetico: sono le caratteristiche del nuovo terminale "intelligente" dell'ospedale *Molinette* di Torino, dal quale ogni giorno, tra dipendenti e degenti, vengono serviti circa 3.900 pasti per la *Città della Salute*. Al termine di sei mesi di lavori, **Dussmann Service**, che ha in gestione la mensa del nosocomio, ha realizzato un sistema di ricevimento, stoccaggio, confezionamento e distribuzione delle preparazioni che impatta positivamente sulle modalità di preparazione dei pasti, sulla tecnologia impiegata e sul risparmio energetico.
Secondo Renato Spotti, amministratore delegato dell'azienda di ristorazione lombarda, si tratta di un grande passo avanti per la qualità e la gradevolezza dei piatti, che mantengono inalterate le loro caratteristiche organolettiche grazie alla nuova cottura sottovuoto, che permette anche una forte riduzione degli sprechi e annulla il rischio di contaminazione batterica. A sua volta, **Luca Valota**, della Direzione acquisti tecnici, ha dichiarato che eliminando vapore e gas come fonte energetica per la cucina, sono state azzerate le relative emissioni di Co2 mentre l'illuminazione a led ha consentito un risparmio del 50% sui consumi.
L'attrezzatura di ultima generazione impiegata consente poi un ulteriore taglio del 15%, ad esempio sul consumo di acqua e detergenti per i lavaggi. Inoltre, l'ottimizzazione degli spazi porta a un calo del 30% di consumi di riscaldamento e raffreddamento degli ambienti.

MRI fa sue Pokè Kal e Lloa per crescere nell'healthy food

Milano Retail Investments (MRI), la holding composta da giovani imprenditori che ha alle spalle un'esperienza quasi decennale nel mondo della consulenza strategica e nel retail con un forte focus sui centri commerciali, punta all'healthy food attraverso l'acquisizione dei marchi **Pokè Kal** e **Lloa Be Natural**.
Nel dettaglio, Pokè Kal propone un'innovativa formula di ristorazione hawaiana che promuove un'alimentazione sana, consapevole e naturale. Attiva ad oggi sul territorio nazionale con 15 punti vendita e una struttura di oltre 100 dipendenti, l'insegna si è affermata come la food retail chain startup col più rapido sviluppo nel 2021 in Italia, ed è pronta ha effettuare numerose opening in tutta Italia e non solo.
Lloa Be Natural è invece il primo format "green" che approda nei centri commerciali italiani nel 2014, proiettandosi da subito verso la tendenza "healthy". Oggi la catena conta su 7 negozi, tra cui uno ne *Il Centro* di Arese (MI). È inoltre in progetto un importante restyling che sarà realizzato per la prima volta su una nuova importante apertura prevista per fine ottobre.
L'intenzione di MRI è quella di sviluppare i due brand in maniera esponenziale nei più importanti centri commerciali e nelle vie centrali di numerose città in tutta Italia. Nel mirino anche dei flagship store nelle principali capitali europee, così da internazionalizzare i due format, che si contraddistinguono per la qualità e l'innovazione della loro proposta f&b.

Scuole e anziani: appalto da 4,6 milioni nel Comune di Aviano

Quasi cinque milioni di euro per la ristorazione nelle scuole e nella casa di riposo del **Comune di Aviano**, in provincia di Pordenone. È stata aperta la procedura per l'assegnazione del maxi appalto per il periodo 2022-2024 con proroga eventuale al 2027. Il valore del bando è per la precisione di 4 milioni 654 mila euro Iva esclusa. L'aggiudicazione, secondo i termini del bando europeo, avverrà con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa e sulla base del miglior rapporto qualità-prezzo. La procedura è svolta sulla piattaforma telematica di negoziazione, utilizzando il portale *eAppalti Fvg*. L'appalto è suddiviso in due lotti. Nel primo, che riguarda le mense scolastiche, sono in tutto previsti 66 mila pasti annui presunti, così suddivisi: per gli alunni nelle scuole dell'infanzia 11.740 pasti, alle primarie 48.665 e per gli insegnanti in servizio per sorveglianza in refettorio 5.595. Il lotto ha un valore stimato di 2 milioni 79 mila euro, Iva esclusa, e una durata di 36 mesi, con eventuale proroga di tre anni. Il secondo lotto è invece relativo alla casa di soggiorno comunale: i servizi di ristorazione qui prevedono la fornitura, con preparazione cottura e distribuzione, dei pasti destinati agli anziani. A impatto ambientale ridotto e con un totale di 32.850 "giornate alimentari" servite all'anno, qui il valore stimato dell'appalto è di 2 milioni 562 euro, Iva esclusa.

Mense di Conegliano: un milione di pasti affidati a Ottavian

Oltre un milione di pasti da erogare a studenti e anziani, per un valore complessivo che supera i 7 milioni di euro: i pasti nelle mense, nelle scuole e da portare a domicilio nel **Comune di Conegliano** (TV) continueranno a essere affidati a **Ristorazione Ottavian**. L'azienda di San Vendemiano si è aggiudicata il maxi appalto quinquennale dell'ente veneto, fino al settembre 2026, presentando una offerta da 6,8 milioni di euro a fronte di una base d'asta di 7,3.
Il cibo previsto dalla gara sarà distribuito ai bambini e ai docenti di materne, primarie e medie, e ai coneglianesi seguiti dai servizi sociali. In dettaglio, sono 827 mila i pranzi stimati per gli studenti (ciascuno al costo di 4,95 euro), 63 mila per gli insegnanti (costo unitario 5,95 euro) e 100 mila per quelli a domicilio (costo unitario 6,62 euro). Sono previsti anche 151 mila euro di spesa per le procedure anti Covid, che si ipotizza continueranno ancora per alcuni mesi. Le tariffe del buono pasto per le scuole per il 2021-2022 al momento rimangono invariate, dopo che lo scorso gennaio erano arrivate le proteste dai genitori in seguito a un improvviso aumento. Per le scuole dell'infanzia e le primarie è confermata la differenza tra residenti (4,50 euro) e non residenti (4,70 euro). Alle medie invece il costo del pasto è fissato per tutti a 4,90 euro. Le agevolazioni rimangono per chi ha un basso reddito Isee, al di sotto dei 15 mila euro.

Pacific Poke apre il 9° e punta a 16 locali nel 2021

Prima apertura in franchising e nona assoluta per **Pacifik Poke**: l'ultimo taglio del nastro a Torino in corso Monte Grappa 33 per il brand nato appena tre anni fa per portare le sue ricette hawaiane in giro per l'Italia.
Come gli altri, l'ultimo pdv nato del format propone sia un menu d'asporto attraverso *Glovo* che la consumazione interna al locale. Dove si parte dalle Hawaiian Tapas, rielaborate dagli chef di Pacifik Poke secondo ricette tradizionali delle famose isole statunitensi, passando all'esperienza gourmet delle Original Hawaiian Poke Bowls, abbinate con salse speciali (su ricetta segreta ed esclusiva), per poi arrivare alle zuppe, il cui ingrediente principale è il latte di cocco. Terminano il percorso gastronomico l'ampia offerta di cheescake e gusti di mochi gelato, da provare anche in formula "mochi party" con più gusti in una sola portata.
Pacifik Poke, marchio registrato da **Poke Srl**, nasce per iniziativa di quattro soci nel 2018: dall'ideatore del progetto **Stefano Zenga** ad **Andrea Garavoglia** e **Pierfranco Masera**, che insieme hanno realizzato i primi punti vendita, fino all'ingresso, nel secondo anno di vita del brand, di **Ezio Salce**, che vanta un'esperienza di franchisee per Autogrill, Rossopomodoro e come Jv Partner di McDonald (con cui ha aperto 14 location). L'obiettivo di crescita di Pacific Pokè è ambizioso: chiudere il 2021 con 16 punti vendita all'attivo (già identificati) nel Centro-Nord Italia.

OWW: a Marsala il secondo ristorante in Sicilia

Taglio del nastro a Marsala per il 251° ristorante **Old Wild West**. Aperto in piazza Piemonte e Lombardia nei locali dell'ex bar *Saviny*, davanti al porto, il secondo OWW della Sicilia fa parte della più grande catena di steak house d'Italia.
Il format, di proprietà della **Compagnia Generale di Ristorazione**, presente in diversi Paesi con le sue insegne (Italia, Belgio, Francia, Svizzera e Australia), conta oltre 6.000 dipendenti ed è specializzato hamburger, carne e cucina tex-mex.
Il punto vendita Old Wild West di Marsala, dove lavoreranno 24 dipendenti, va ad affiancare quello di Caltanissetta, gestito da tre famiglie di imprenditori siciliani: Modica (Mazara del Vallo), Patti (Caltanissetta) e Sinatra (Caltagirone).

Servizi assistenziali a Zeme (PV): gara da 4 milioni al via

Il **Comune di Zeme** (PV) ha bandito un appalto triennale per l'assistenza socio-sanitaria e alberghiera (lavanderia, pulizia, ristorazione) alla residenza sanitario-assistenziale comunale. La fornitura partirà dal 1° ottobre: il valore per tre anni della commessa, con facoltà di rinnovo per un periodo analogo, è pari a 4,6 milioni di euro, provenienti dal bilancio dell'ente pubblico.
La struttura interessata è costituita da un piano terra, per un totale di 28 posti letto. Nell'appalto è compresa una serie di servizi ausiliari a favore di cittadini residenti a Zeme, fra cui la pulizia domiciliare e il servizio socio-sanitario, la consegna dei pasti a domicilio e alle scuole materna ed elementare, e la pulizia di immobili comunali (municipio, ambulatorio, palestra e teatro).

Firenze va verso le mense scolastiche "in house"

Per le mense scolastiche di **Firenze** è iniziato il percorso di studio e approfondimento che, sulla falsariga tracciata dal sindaco **Dario Nardella**, dovrà portare a un nuovo sistema di gestione "in house" del servizio a livello metropolitano entro la fine dell'anno scolastico 2022/23. È quanto prevede la delibera contenente l'atto di indirizzo per la ridefinizione della gestione della refezione scolastica presentata dagli assessori all'Educazione **Sara Funaro** e alle Partecipate **Federico Gianassi** e approvata nell'ultima seduta di giunta a Palazzo Vecchio.
Partendo dal presupposto (fondato?) che il coinvolgimento pubblico sia garanzia di una maggiore qualità del servizio, l'assessorato all'Educazione è al lavoro per arrivare a un nuovo modello di gestione del servizio pasti per le scuole. Che attualmente è espletato attraverso 15 centri di cottura di proprietà comunale, che mediamente preparano e distribuiscono 20mila pasti al giorno in 28 scuole comunali e 87 statali. Tali strutture sono gestite da aziende private, individuate mediante gare d'appalto a procedura aperta sulla base del migliore rapporto qualità prezzo. Ebbene, proprio tale modalità dovrà essere garantita fino al termine dell'anno scolastico 2022/2023, ma secondo l'innovativo criterio di valutazione basato esclusivamente sulla qualità dell'offerta tecnica, prevedendo la possibilità di una proroga al 31 dicembre 2023. Entro il mese di ottobre però, "la Direzione gare e appalti dovrà procedere alla rilevazione delle modalità di erogazione del servizio di refezione scolastica nei comuni della Città metropolitana, nei comuni capoluogo della Toscana e nelle città metropolitane italiane per avere un quadro di come viene gestito il servizio nelle varie realtà comunali", si spiega da Palazzo Vecchio. Al contempo, la Direzione Gare e appalti – Servizio Società partecipate, Associazioni e Fondazioni procederà a delineare l'iter complessivo per la costituzione di una società "in house" a livello metropolitano, non escludendo una formula mista con il coinvolgimento di pubblico e privato per la presa in carico della refezione a Firenze.

Delivery: Wendy's investe nelle dark kitchen

Ben 700 dark kitchen per il delivery: la rivoluzione in casa di Wendy's sta per essere servita. Il fast food statunitense, dopo una prima fase di test in 8 locali canadesi, si appresta ad aprire centinaia di cucine fantasma negli *States*. L'azienda ha annunciato che prevede di realizzarne 700 tra Stati Uniti, Regno Unito e Canada: locali non aperti al pubblico bensì destinati esclusivamente alle consegne a domicilio e realizzati attraverso un accordo di franchising con **Reef Technology**. Secondo il *Financial Times*, la catena statunitense punta ad avere tra gli 8.500 e i 9.000 ristoranti in tutto il mondo entro il 2025, spingendo il numero di nuove aperture, con 2.200 nuove inaugurazioni nei prossimi quattro anni.
"La nostra robusta crescita è proseguita nel secondo trimestre dell'anno", ha dichiarato l'amministratore delegato dell'azienda **Todd Penegor**, "poiché le vendite hanno superato significativamente le nostre aspettative, portando a margini e profitti record e alimentando il nostro modello economico di ristorazione".

Yum! Brands nomina Aaron Powell ceo di Pizza Hut

AARON POWELL, ceo Pizza Hut

Il colosso del foodservice USA **Yum! Brands** ha annunciato la nomina di **Aaron Powell** quale ceo della divisione **Pizza Hut**: a partire dal 20 settembre prende il posto di **Artie Starrs**, che ha lasciato la società ad aprile per assumere la guida di *Topgolf Entertainment Group*.
"La possibilità di entrare a far parte di un marchio globale iconico e potente come Pizza Hut, combinata con il sostegno di un'azienda di livello mondiale e ricca di cultura come Yum! Brands, ha creato un'opportunità che non potevo perdere", ha detto Powell in una nota. "Sono entusiasta di lavorare con Kevin (Hochman, presidente ad interim di Pizza Hut, ndr) e Vipul (Chawla, presidente di Pizza Hut International, ndr), e non vedo l'ora di iniziare a lavorare insieme a loro per costruire relazioni in un team di dipendenti così talentuosi in tutto il mondo".
Nella sua nuova posizione, Powell riporterà al ceo di Yum! Brands **David Gibbs** e supervisionerà le strategie di crescita del marchio, le operazioni di franchising e le prestazioni. Yum! Brands Inc. comprende anche i marchi **Taco Bell** e **The Habit Burger Grill**. Con più di 50.000 ristoranti in oltre 150 Paesi, è una delle più grandi aziende della ristorazione al mondo.

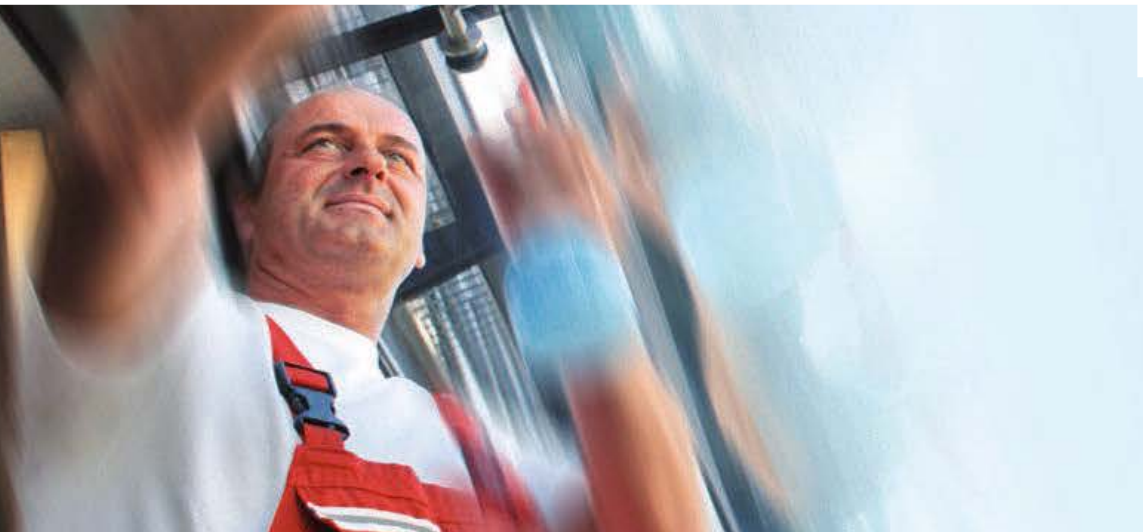
Aosta: un team per il nuovo bando delle scuole

Un gruppo di lavoro ad hoc dovrà elaborare una proposta sulla qualità dell'offerta, i criteri di aggiudicazione e ogni eventuale suggerimento migliorativo: è questa la decisione assunta dal **Comune di Aosta** in merito al nuovo appalto per la refezione scolastica, in vista della prossima scadenza del contratto relativo alle scuole comunali (dalle materne alle medie), prevista a giugno 2022. "L'amministrazione ritiene opportuno predisporre una nuova procedura di gara connotata da forti elementi strutturali innovativi in relazione alle esigenze delle famiglie e delle scuole, sia per quel che concerne l'attività scolastica, sia per quel che concerne l'attività extrascolastica e sia ancora, per quel che concerne la gestione degli edifici scolastici", si legge in una nota emanata dagli uffici del capoluogo valdostano. La delibera prevede di istituire un team in materia di servizi scolastici composto dall'assessore all'Istruzione, **Samuele Tedesco**; dalla dirigente dell'Istruzione, **Elisabetta Comin**, con funzioni di coordinamento; un esperto in materia di alimentazione; un esperto della facoltà di scienze della formazione; un rappresentante delle Istituzioni scolastiche; un componente dell'ufficio pubblica istruzione della Regione, con funzioni di verbalizzante. A supporto di tale gruppo opereranno il direttore dell'esecuzione del contratto oggi vigente, **Piergiorgio Venturella**, e nel caso, le associazioni competenti in materia di alimentazione.

Sulmona: parte il procedimento per assegnare il servizio mensa

Il **Comune di Sulmona** (AQ) ha dato il via al procedimento per assegnare il servizio di refezione nelle scuole dell'infanzia, primarie e di primo grado. All'interno dell'appalto, si segnala la figura del Dec, il direttore per l'esecuzione del contratto. Prevista già dal 2019 per legge, si tratta di una sorta di responsabile unico del procedimento, che avrebbe dovuto essere nominato contestualmente all'appalto per la refezione scolastica affidato due anni fa. Come d'altronde la commissione di controllo, il cui regolamento è stato approvato invece solo qualche giorno fa dal consiglio comunale cittadino. A causa di tale ritardo, il Dec avrà un incarico di soli otto mesi anziché triennale, a partire dal prossimo ottobre, per un importo a base d'asta di 4.800 euro. A tale incarico, che è rinnovabile, può aspirare uno specialista esterno che abbia, tra gli altri requisiti, quello di una laurea specialistica in campo medico o della scienza nutrizionistica e/o dell'igiene e sicurezza alimentare, nonché formazione in ambito della ristorazione e della somministrazione alimentare, preferibilmente con specifica esperienza pluriennale in materia di attività di monitoraggio-controllo sulla refezione scolastica o sulla ristorazione collettiva pubblica e privata. Tale figura avrà un compito di controllo sulla correttezza dell'esecuzione dell'appalto: la verifica dei documenti e della manutenzione dei centri di cottura, la verifica del rispetto delle HACCP, la sicurezza e la salute dei lavoratori e il loro inquadramento, il controllo sull'igiene e le fasi di lavorazione dei prodotti, la tenuta dei magazzini, il rispetto dei protocolli per la prevenzione da contaminazione e di quelli anti Covid, la verifica sull'idoneità nutrizionale dei menù, il trasporto e più in generale il servizio.

Dussmann Service

Pulizia Sanificazione

Ristorazione

Facility Management

Certificazione EcoSystem.
Soluzioni sostenibili
per la gestione
delle attività quotidiane

Sanità Pubblica e Privata
Business & Industry
Pubblica Amministrazione
Forze Armate
Scuole e Università
Residenze per anziani

www.dussmann.it

Con Milano e Dalmine, KFC arriva a 49 location

Prima Milano in zona Paolo Sarpi e poi Dalmine (BG): arriva a 49 il numero dei **KFC** aperti lungo lo Stivale, distribuiti in 13 regioni. Dopo l'opening di inizio agosto nel cuore della Chinatown meneghina, a fine mese ecco il taglio nastro del quarto Kentucky Fried Chicken in provincia di Bergamo, sulla strada Provinciale. Il 6° locale all'ombra della Madonnina dà lavoro a 15 persone ed è gestito in franchising per KFC Italia da **Original Bucket**, a cui afferiscono in tutto 7 ristoranti del brand in Lombardia. Sono 70 i posti a sedere tra sala e dehor nel locale milanese, dove si può usare anche il servizio clicca e ritira attraverso la App di KFC Italia, o usufruire del servizio di delivery (attraverso Glovo, Deliveroo, Just Eat e Uber Eats).
È la **5Roosters srl** a gestire invece il nuovo locale di Dalmine, insieme a quelli di Curno, Oriocenter ed altri sempre in Lombardia, per un totale di 9 ristoranti affiliati del colonnello Sanders.
Il nuovo ristorante ha una capacità di 120 posti a sedere nella sala e circa 30 nel dehor e offre il servizio di drive-through, con la corsia dedicata al ritiro dell'ordine direttamente dall'auto. In sala è possibile ordinare in autonomia attraverso i chioschi, che consentono la massima KFC, società del gruppo **Yum! Brands Inc**, ha all'attivo oltre 24.000 ristoranti in più di 145 paesi.

Anche a Genova e Firenze l'hamburger "schifoso" di Burgez

Taglio del nastro a Genova e poi a Firenze di due nuovi ristoranti **Burgez**. Sono rispettivamente il 16° e il 17° locale del format "più schifoso" d'Italia, secondo lo slogan irriverente del format creato da **Simone Ciaruffoli** e **Martina Valentini**, che ha in programma ulteriori aperture a Verona, Bologna e a Roma, dove in particolare aprirà il terzo ristorante capitolino.
Questo ampliamento della rete conferma ancora una volta la scalabilità del modello di Burgez, che, entro la fine del 2021, sarà attivo in 20 punti vendita lungo la Penisola.

Una cucina unica servirà la Vallesina

La cucina unica delle mense scolastiche di **Jesi**, che oggi è collocata nella casa di riposo *Vittorio Emanuele II*, avrà una nuova e più ampia sede, con l'obiettivo di diventare comprensoriale (anche per i comuni limitrofi) e far crescere il numero dei pasti giornalieri dagli attuali 1.500 ai 2.600: la **JesiServizi**, partecipata comunale alla quale è affidata la gestione della refezione scolastica, dopo un'indagine di mercato ha individuato quale soluzione più idonea quella proposta dalla **Camst** alla zona industriale Zipa. Si tratta della mensa aziendale che JesiServizi acquisterà a un prezzo massimo di 700mila euro.
Sulla gestione delle mense scolastiche comunali si è registrato nel tempo un acceso contrasto tra le diverse forze politiche del Comune marchigiano, fin dai tempi della controversa esternalizzazione, che ha invece permesso di elevare la qualità del servizio e del cibo, oggi 100% biologico, con una distanza limitatissima fra chi lo produce e chi lo consuma.
A fronte dell'investimento che JesiServizi dovrà sostenere per acquisire l'immobile che ospiterà la nuova mensa, la società e il Comune hanno prorogato di dieci anni, fino al 2034, il contratto di servizio per la gestione della refezione.

Oricon, Anir e Fipe: il punto sul green pass nel foodservice

Secondo **Oricon**, le ultime decisioni in tema di green pass nelle mense aziendali assunte dal Governo rischiano di "scaricare sulle società di ristorazione una responsabilità troppo grande e frutto di una diatriba che non ci riguarda". A detta di **Carlo Scarsciotti**, presidente dell'Osservatorio ristorazione collettiva e nutrizione, non si comprende infatti perché "per entrare nel ristorante di un hotel non serva il green pass e si possa mangiare senza ulteriori controlli, ma per entrare in una mensa sì! Forse", continua Scarsciotti, "il Governo dimentica che il servizio mensa è disciplinato da un contratto con l'azienda appaltante. Le mense sono adibite all'interno di spazi messi a disposizione dalle aziende, le stesse aziende dove i lavoratori accedono al proprio luogo di lavoro senza alcun obbligo di certificazione".

I caterer non sono in via di principio contrari al green pass: essi hanno anzi garantito fin dalla prima ondata della pandemia il rispetto delle disposizioni atte a evitare il contagio in scuole, ospedali e aziende. Nondimeno, non può essere "responsabilità e diritto delle aziende della ristorazione collettiva decidere chi può accedere o meno al servizio mensa, responsabilità che spetta sempre al datore di lavoro come stabilito nei medesimi contratti di appalto che regolano il servizio. Pertanto, è necessario e urgente chiarire che la responsabilità dei controlli sia di esclusivo appannaggio del datore di lavoro e non del gestore del servizio mensa in appalto", conclude Scarsciotti.

Per **Anir**, con l'introduzione dell'obbligo del green pass per l'accesso alle mense aziendali, ci saranno inevitabili confusione e paradossi: "Si rischia di aggravare i costi dell'appalto (pubblico o privato che sia) dovendo trovare personale addetto ai controlli, e inoltre si rischia di vedere crollare gli utenti delle mense, che potrebbero incorrere in un paradosso: essere controllati per accedere al pasto, ma non sul posto di lavoro", ha sottolineato **Massimiliano Fabbro**, presidente dell'associazione che in seno a **Confindustria** raccoglie alcune imprese della ristorazione collettiva.

Secondo **Fipe Confcommercio** invece, "il ritorno alla stagione delle misure restrittive sulle imprese deve essere scongiurato in ogni modo e lo strumento migliore per raggiungere il risultato è il green pass. Perché ciò si realizzi occorre collegare l'utilizzo progressivo del green pass". È quanto sostiene il presidente **Lino Enrico Stoppani** in una lettera indirizzata al Governo.

A detta di Stoppani, serve un "cambio di passo per fare in modo che la massiccia campagna vaccinale non solo prosegua speditamente ma serva proprio a coniugare la tutela della salute con la salvaguardia dell'economia. La nostra proposta è quella di estendere progressivamente l'uso del green pass, collegando i livelli di rischio con cui si classificano le regioni all'utilizzo progressivo della certificazione verde: man mano che peggiora il quadro sanitario, si amplia la platea di attività e servizi nei quali si accede con il green pass. Ci sembra il modo migliore per incoraggiare la campagna di vaccinazione, tutelare la libertà di chi ha scelto responsabilmente di vaccinarsi".

rise with sodexo
COSTRUIRE INSIEME UNA NUOVA NORMALITÀ
Il nostro approccio alla quotidianità è in continua evoluzione e questo ci offre l'opportunità di ripensare e immaginare nuovi modi di vivere, lavorare e prenderci cura di noi e degli altri.
In ogni settore, ogni organizzazione può intraprendere il proprio percorso per abbracciare il cambiamento e costuire una nuova normalità.
E Sodexo è il partner giusto per questa sfida.
it.sodexo.com

Fud inaugura una nuova Bottega sicula a Palermo

Una nuova **Bottega sicula** a Palermo: **Fud**, format nato proprio in Sicilia, ha aperto fronte mare una nuova location sul Molo di Sant'Erasmo. Anche qui a base dell'offerta un menu gustoso e colorato, dove sia a pranzo che a cena, passando per l'aperitivo, si possono assaporare fritti e snack, panini di pesce e pinse condite con ingredienti siciliani, dalla burrata di bufala ragusana alle acciughe di Sciacca, dai capperi di Salina e ai pomodorini di Pachino.
Il nuovo spazio, ideato dall'architetto francese **Andrea Ballà**, è un continuo dialogo tra interno ed esterno, mare e città, un luogo che è molo ma anche barca con la sua atmosfera da yatch club e gli interni in acciaio, legno e colori pastello su cui domina una morbida tonalità satura del verde acqua. All'esterno il teak è naturalmente protagonista, l'area è allestita con tavoli e ombrelloni per godere per tutta l'estate della rilassante atmosfera da marina club. Squadra vincente non si cambia, così i due volti noti della ristorazione palermitana **Gianluca Cigna** e **Saverio Borgia**, già rispettivamente soci del primo Fud Bottega Sicula Palermo in piazza Olivella, e di Fud Bottega Sicula Milano, in zona Navigli, replicano il successo del format Fud Bocs in riva al mare insieme ad **Andrea Graziano**.
Il gruppo Fud Bottega Sicula si è impegnato con 25 nuove assunzioni, tra personale di sala e cucina, nel capoluogo della Trinacria per gestire questa nuova apertura, che vanno ad aggiungersi all'organico del primo Fud Bottega Sicula palermitano, che impiega già da cinque anni oltre 40 dipendenti.

Healthy Color porta a Torino il pokè "sano"

Non c'è due senza tre, e il quattro vien da sé: fedele al motto, **Healthy Color**, il format di ristorazione di **Sfera Ebbasta**, **Andrea Petagna** e **Marcelo Burlon** è arrivato anche a Torino, dopo aver inaugurato una location a Milano e due nella Capitale.
Collocato a due passi dalla stazione di Porta Nuova, il fast food "sano" del trio offre anche sotto la Mole un menu basato principalmente sul pokè, le ciotole di riso personalizzabili in stile hawaiano diventate l'ultimo trend nel mondo dell'offerta food. Le varianti di Sfera & soci sono però ispirate alla dieta mediterranea e sono offerte anche a merenda e colazione "a prezzi accessibili".

Mercato Centrale Milano: l'opening è servita

Mercato Centrale, il format che unisce in un unico luogo un mercato artigianale e diversi format di ristorazione, già aperto a Firenze, Torino e nella stazione Termini di Roma, ha inaugurato i nuovi spazi nella stazione Centrale di Milano, lato piazza IV Novembre-via Sammartini.
Rinviata a lungo causa Covid, l'opening riguarda un'area di oltre 4,600 mq complessivi che ospitano ben 30 botteghe del gusto che danno lavoro a 350 addetti, oltre a numerosi eventi e iniziative legati alla musica, all'arte, alla lettura.
All'interno dell'immensa location trovano posto anche un piccolo mulino, un caseificio, un mercato di prodotti biologici, un ampio spazio dedicato al pesce, due macellerie (una solo di carne chianina), un'enoteca, un fiorista, un chiosco di frutta verdura e frullati, ristoranti dedicati alla cucina cinese e al barbecue all'americana.
Oltre ai viaggiatori, il format punta ad attrarre i milanesi anche con una ricca offerta di ristorazione, tra cui spiccano il cocktail bar di **Flavio Angiolillo**, il ristorante **U Barba**, la birreria **Luigi Moretti**, l'enoteca firmata **Tannico**. Non mancano la scuola di cucina affidata a **Florencetown**, il bollito di **Giacomo Trapani** l'**American barbecue** di **Joe Bastianich**.
"Milano è il nostro progetto più grande e impegnativo di sempre, oserei dire quello più ambizioso", ha dichiarato **Umberto Montano**, presidente e fondatore di Mercato Centrale. "È il più fedele al mio immaginario ideale che lo vuole ispirato all'antico mercato medievale. Un luogo di scambio molto articolato fra commercio e comunità, in cui fare acquisti e socializzare andavano di pari passo".

PROVA ALLERGENI SUPERATA!

LE ANALISI CONDOTTE DA UN LABORATORIO ACCREDITATO DIMOSTRANO L'ELIMINAZIONE DI ALLERGENI DALLE POSATE VOLUTAMENTE CONTAMINATE

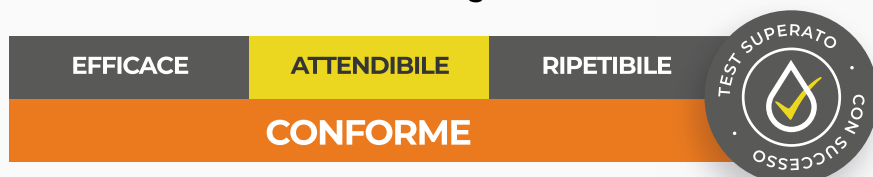
Abbiamo sottoposto le nostre posate a prove analitiche per comprovare l'efficacia del processo di pulizia e sanificazione dei nostri prodotti e l'assenza di eventuali allergeni sedimentati come: latte, frutta a guscio, uova...

TEST

Le stoviglie pulite sono state volontariamente **contaminate con gli allergeni più comuni** e inserite nel processo di lavaggio e sanificazione svolto abitualmente da ClearKit.
Sono state aggiunte nel processo di detersione e sanificazione anche posate sporche non contaminate, per accertarne la non accidentale contaminazione durante il lavaggio.

RISULTATO

Dalle analisi condotte **il nostro processo di detersione e sanificazione delle stoviglie è risultato:**

EFFICACE	ATTENDIBILE	RIPETIBILE
CONFORME		

TEST SUPERATO CON SUCCESSO

In conclusione, il processo di lavaggio di ClearKit è in grado di rimuovere al 100% gli allergeni più comuni dalle stoviglie.

Via Giovanni Donghi n.8, 20811, Cesano Maderno (MB)
commerciale@clearkit.it
+39 348.3373532 | ++39 0362 687643

www.clearkit.it

Le aperture estive di Roadhouse

Roadhouse, la società di **Cremonini** specializzata nella gestione di brand di ristorazione casual dining, prosegue nel piano di nuove aperture per l'anno in corso in due regioni dove non era ancora presente: i tagli nastro riguardano due nuovi Roadhouse Restaurant a Napoli, all'interno della *Stazione Centrale*, e a Bari, nel Parco Commerciale *Santa Caterina*.
Si rafforza intanto la presenza nelle aree dove il format è già attivo, con l'apertura di due nuovi ristoranti a Pisa con il 9° locale della Toscana, e ad Ostia (RM), nella centralissima via della Marina, di fronte alla Piazza dei Ravennati.
Quest'ultimo, il 18° pdv a Roma e provincia, consente al concept a tutta carne di raggiunge la soglia dei 162 locali distribuiti in 13 regioni italiane.

Poke House rileva quota di Poké Perfect in Olanda

Poke House prosegue lo shopping all'estero annunciando l'ingresso nel capitale di **Poké Perfect**, "il più grande brand di poké" in Olanda. Questo investimento si aggiunge all'acquisizione del 100% della catena di pokerie londinesi **Ahi Poke** e dell'omonima **Poke House** portoghese, con sede a Lisbona.
L'ultima operazione rientra nella strategia di espansione dell'azienda fondata da **Matteo Pichi** e **Vittoria Zanetti** che, dopo le 50 aperture tra Italia, Portogallo, Spagna, Regno Unito e Francia, adesso si appresta a conquistare anche il mercato dei Paesi Bassi, con la prospettiva di raggiungere nel 2021 un fatturato atteso superiore ai 40 milioni di euro. Una crescita impressionante se si pensa che il format nasce solo tre anni fa per portare i sapori del cibo hawaiano in salsa californiana in Italia. Solo negli scorsi mesi, Poke House ha incassato un round di serie B da 20 milioni di euro guidato da *Eulero Capital*, con il sostegno di *Fg2 Capital* e il reinvestimento di *Milano Investment Partners* (Mip). Si tratta del secondo round in due anni per il format milanese, dopo quello da 5 milioni di euro chiuso nel giugno del 2020, quando sempre Mip, insieme ad altri investitori, aveva acquisito il 25% della società. Capitali vitali per investire all'estero: grazie all'arrivo della società italiana, Pokè Perfect (11 location attive etre di imminente apertura) punta ad accelerare la sua espansione, con 25 tagli nastro nel Benelux nei prossimi 3 anni, secondo quanto dichiarato dai co-founder **Gerrit Jan** e **Quinta Witzel**. Questo investimento rappresenta l'ennesima cartina di tornasole per il mercato delle bowl, che nel 2020 ha raggiunto 1,74 miliardi di dollari (circa 1,48 miliardi di euro) di volume d'affari a livello mondiale e punta ai 2,9 miliardi nel 2024. Un risultato che in Italia, rispettivamente, si misura in 86 e 143 milioni.

Ali Group vince battaglia per la statunitense Welbilt

A fronte di un investimento da 3,4 miliardi di euro, la multinazionale lombarda **Ali Group** ha vinto la battaglia per l'acquisizione del colosso USA **Welbilt**, società quotata a Wall Street. Grazie a un esborso di 24 dollari per azione, si è conclusa un'operazione strategica per il posizionamento di Ali Group nella ristorazione e in particolare mercato del fast food a stelle e strisce. Il gruppo si aspetta infatti che le vendite aumentino nei prossimi mesi, sospinte dalla richiesta sempre maggiore per i servizi di food delivery e take way da parte dei consumatori americani.
Unendo i suoi forni per la pizza e le sue macchine per il gelato con le friggitrici e le griglie per gli hamburger del gruppo americano, Ali Group si accinge a diventare leader globale del settore del food. Grande la soddisfazione in casa dei proprietari del colosso made in Italy, la **famiglia Berti**, che si è avvalsa della consulenza di *Vitale* da un lato e di *Goldman Sachs* e *Mediobanca* dall'altro (che garantiranno anche parte del debito per rilevare la società americana) per portare a termine la più grande acquisizione dei suoi 58 anni di storia.
Fondata nel 1963 a Cernusco sul Naviglio, l'azienda, che è alla seconda generazione, è capitanata da **Filippo Berti**. Forte di un fatturato di oltre due miliardi di euro e 10mila dipendenti dislocati in 58 stabilimenti, ha in portfolio marchi prestigiosi come *Carpigiani* e le macchine da caffè professionali *Rancilio*, mentre tra i suoi clienti annovera *Autogrill* e *Starbucks*.

Una spinta **positiva**

Due tendenze di segno decisamente contrastante dominano lo scenario di autunno.
La prima, incline all'ottimismo, si basa sulla convinzione che il mondo, pur non avendo ancora arginato del tutto il Covid, sta imparando a convivere con il virus e, conseguenza importante, mostra di essere in grado di far marciare la macchina produttiva a ritmi migliori di quelli degli ultimi due anni. L'altra, intrisa invece di pessimismo, assiste, tra ansia e sorpresa, all'incrudelire della crisi afgana e ne teme i riflessi che già si stanno dimostrando pesanti.
Il repentino collasso del governo di Kabul ha scosso gli equilibri internazionali e il tema del terrorismo, dopo l'orrendo eccidio dell'aeroporto avvenuto lo scorso 26 agosto, è tornato sanguinosamente in primo piano. Ma, a giugno, quando i leader del G7 si incontrarono in Cornovaglia, l'atmosfera fu da simpatica rimpatriata e, sebbene si stesse già scivolando verso la crisi, di Afghanistan si discusse poco e in modo marginale: un clima molto diverso da quello di oggi, dominato da incertezze e preoccupazioni.
Questa vicenda ha inferto un duro colpo alla credibilità dei governi del G7 e non resterà, è sin troppo facile rilevarlo, senza conseguenze.
Sarebbe azzardato invece avanzare previsioni – dato lo scenario contradditorio nel quale si svolgerà la fase finale dell'anno – su come e in che misura le tensioni alle quali sono esposti gli equilibri geopolitici faranno da freno alla gran voglia di correre che l'economia – dopo due anni di pandemia – manifesta.
Che questo sia il sentimento prevalente nel mondo produttivo è confermato da molti segnali, a cominciare dal volume del commercio mondiale. Questo indice mostra che, alla caduta vertiginosa avvenuta nei primi mesi del 2020, ha fatto seguito, dal giugno di quell'anno in poi, una crescita quasi continua che, nel luglio scorso, ha portato a superare largamente i risultati del 2019.
Lo scenario internazionale appare perciò attualmente caratterizzato (nota Istat pubblicata il 6 agosto 2021) da un "processo di ripresa solido" anche se non omogeneo a causa del divario fra i tassi di vaccinazione ormai molto elevati raggiunti nei Paesi avanzati e quelli, assai più ridotti, realizzati dagli altri. Comunque, secondo il Fondo Monetario Internazionale si prevede, per il biennio 21-22, una crescita del Pil globale pari, rispettivamente, a +6% e a +4,9 per cento.
Altri osservatori, come l'autorevole IHS Markit, si mostrano fiduciosi che la espansione dell'economia sarà durevole. Un report pubblicato il 24 agosto dalla società londinese prevede che il Pil globale realizzerà una crescita significativa (+3,2%) anche nel 2023, malgrado, a quella data, vi saranno stimoli monetari e fiscali assai più ridotti rispetto a quelli attualmente in atto.
"L'economia mondiale di fronte a una pandemia persistente ha dimostrato grandi doti di resilienza", rileva Sara Jhonson, direttore esecutivo di IHS Markit. Questo giudizio poggia sulla convinzione che in Europa occidentale e negli Stati Uniti (cioè in un'area che rappresenta quasi la metà del Pil globale) la crescente diffusione delle vaccinazioni impedirà che, anche con contagi eventualmente in crescita, si debba tornare a blocchi diretti dell'attività economica come quelli praticati in molti paesi nella fase più aggressiva del virus.
Gli elevati livelli di fiducia riscontrati dal Conference Board tra i consumatori Usa e i dati molto favorevoli dell'ESI (Economic Sentiment Indicator) dell'Unione

Europea, che a luglio ha toccato un nuovo massimo storico, sembrano confortare questo approccio. L'area dell'euro ha messo a segno, nel secondo trimestre dell'anno, un risultato complessivamente positivo (+2% del Pil) con una lieve diminuzione del tasso di disoccupazione e un aumento dell'1,5% del volume delle vendite al dettaglio.
In Germania l'ufficio di statistica ha rivisto in meglio le sue previsioni sul fine anno (Corriere della Sera, 25 agosto) ipotizzando, per fine anno, una crescita del Pil del +9,4 per cento.
Quanto al nostro Paese è interessante l'analisi svolta (Huffington Post, 30 agosto) da Marco Fortis. Secondo l'autorevole studioso, che ha rielaborato una serie di dati apparsi sul sito dell'Economist, l'economia italiana sta vivendo una fase particolarmente favorevole.
Se si confronta l'andamento del Pil 2021 annualizzato con quello dell'anno precedente si nota – osserva il direttore della Fondazione Edison – che l'Italia è, nel G20 al secondo posto dopo il Regno Unito come tasso di crescita (+11,1%): un risultato al quale ha ben contribuito il settore manifatturiero con una crescita tendenziale del +13,8 per cento.
Ma per cogliere meglio la sostanza della tendenza in atto nel sistema produttivo del Paese, Fortis propone altri due confronti assai significativi.
Egli ricorda che, nell'andamento della bilancia commerciale con l'estero tra il giugno 2021 e il giugno 2020, l'Italia occupa il quarto posto nel mondo con un surplus di oltre 82 miliardi di dollari; quanto alla bilancia dei pagamenti, per lo stesso periodo, il nostro Paese l'ha chiusa con un attivo superiore agli 80 miliardi di dollari: saldo che lo colloca al quinto posto della graduatoria mondiale.
Con queste cifre, conclude Fortis, l'ipotesi di un Pil che chiuda l'anno con una crescita del 6% è del tutto plausibile. Sarebbe, di sicuro, un bel traguardo: una spinta, anche grazie al Recovery plan europeo, alla modernizzazione dell'Italia, che, proprio per questo, non va sprecata.
Si tratta, infatti, di un'occasione (l'ultima ?) per sfuggire alle tante fragilità dalle quali siamo da tempo afflitti. A cominciare da quella del nostro imponente debito pubblico: tema che oggi appare attirare ben scarsa attenzione. Ed è un errore. All'incontro di fine agosto che, come ogni anno, la Federal Reserve americana promuove a Jackson Hole fra i vertici delle maggiori banche centrali, due sono stati i temi più dibattuti: l'esigenza di ridurre gli stimoli monetari e quella di arginare le ricorrenti fiammate dell'inflazione.
La pandemia ha reso necessario un impegno collettivo per tenere basso il costo del denaro. Ma questa stagione volge al termine: se gli Stati Uniti, com'è probabile, a cavallo della fine d'anno rialzeranno i tassi d'interesse sarà difficile che la Bce non ne tenga in qualche misura conto.
Una svolta, quindi, ci sarà. Quando? Sembra non subito (ed è un bene per l'Italia) ma, comunque, a tempi non lunghissimi: un appuntamento al quale non si può certo giungere impreparati.
Le vicende afgane, del resto, scottano ancora e ci ricordano a quali tragedie può portare l'imprevidenza.

Antonio Duva

Aperte le iscrizioni alla **quarta** edizione del Foodservice Award Italy!

Partecipa anche tu!

I protagonisti delle scorse edizioni

100 Montaditos - 101CAFFE' - 120z Coffee Joint - AL BACIOhealthy Tasty Italian - Alice Pizza- America Graffiti - Ammu Cannoli - Arnold Coffee Baccanale - Bacio Nero - Bar Peroni - Beercode IKitchen & Bar - BEFeD - Benvenuto Family Restaurant - BERNARD - Berry &Coffee - Bistrot - Bobble Bobble - Botega Caffe Cacao - Bottega Portici - Briciole - Briscola Pizza Society - Burger King - C. Coffee Lovers - Ca' Puccino - Caffe Napoli - Caffe Pascucci Shop - Caffe Vergnano - CapatoastToasteria - Chef Store - Chicco-tosto - Cioccolatitaliani - CremAmore - Crois' - Culto Caffe e Cioccolato - Da 30 Polenta - Dal1945 Sano e Delizioso - Dispensa Emilia - Don Nino - Doppio Malto - Eccellenze Campane - EXKiltalia - Fatto Bene - Fattorie Garofalo Mozzarella Bistrot - Flower Burger - Foodie's by tramezzino.it - Fratelli la Bufala - FRESCO pizzeria trattoria - Fry Chicken - Fud Bottega Sicula - GianGusto - Giappo - Gourrne &Wine The Perfect Match - Ham Holy Burger - HAMERICA'S - HOMEBURGER - I dolci di Nonna Vincenza - I Love Poke - IKEA - 11 Forno di Cibiamo -11 Wok - illy CAFFE -lnAmore - JohnnyTake Ue' - Juice Bar - KALAMARO PIADINARO - KFC ItaliaKITCHEN ICE - La bottega del Caffe - La Ghiotta Italian restaurant & coffee - La Piadineria - LaYogurteria - Leo Italiano - Let's Wok - Lindt - L6wengrube - Macha Cafe - Magnum Pleasure Store - Mama Burger - Mexicali - miscusi - Mr. Panino - Muu Muzzarella Lounge - Natoo I Healthy all the way - Old Wild West - Oltre Gusto - Pan Brioche - Pandenus - Panella - PANINI DURINI - Pans& Company Italia - Paolino I'arte dello Spiedo - Pescaria - PIE- Pizza Italiana Espressa-PizziKotto - PIZZIUM - Polio &Friends - Polpa BurgerTrattoria - Porchetteria Mancini - Portello Caffe - Puro Gusto - Queen's Chips Amsterdam - Quore Italiano - RINALDINI - Ristop - Rosso Intenso - ROSSO-POMODORO - ROSSOSAPORE - Rustichelli & Mangione - Scuderia Future Food Urban Coolab - shi'S - Signorvino - Solo Birre Artigianali - Spontini - Toasteria Italiana - Trarne - Trattoria Solidale - Universo Vegano - Vero - viavai - Virgin Active Cafe - Viva - Vyta Santa Margherita - wagamama - We Love Puro - Welldone Lifestyle Kitchen - White Bakery - Wiener Haus - Yogorino - YoYogurt

*Concorso aperto a tutte le catene di ristorazione che operano in Italia con almeno 3 punti vendita. Info e regolamento su www.foodserviceaward.it

EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna 71, 20144 Milano - info@foodserviceaward.it

Ai nastri di… **ripartenza**

L'affiliazione, nonostante la pandemia, nel 2020 tiene botta. Anche la ristorazione, più colpita dalla crisi e dalle chiusure, è pronta a intercettare il vento della ripresa

di M.L.Andreis

Nel 2020 il franchising in Italia si compone di 877 reti "attive", registrando un calo in termini assoluti pari a 103 unità rispetto al 2019 (-10,5%).
Lo dice il **Rapporto Assofranchising Italia** che annualmente fotografa il settore.
Il mondo dell'affiliazione è costituito per l'89% da reti nate in Italia, mentre l'8% è rappresentato da master di franchisor stranieri e il 3% da reti straniere che operano solo con franchisee, ma con sede legale all'estero (Grafico 1).
Nel complesso emerge in prima istanza il consolidamento del modello del franchising nel sistema imprenditoriale italiano, tendenza traducibile in una buona tenuta di questa formula nonostante l'inevitabile impatto negativo generato dalla pandemia. Giocoforza, lettura e interpretazione dei dati relativi al 2020 devono essere effettua-

Grafico 1

TASSONOMIA DELLE RETI ATTIVE SUL TERRITORIO ITALIANO ANNO 2020

	Valore Assoluto	Valore %
Reti attive	877	100%
Reti italiane	779	89%
Master di franchisor stranieri in Italia	68	8%
Reti che operano in Italia solo con franchisee, ma con sede legale in un paese estero	30	3%

Fonte: Rapporto Assofranchising Italia 2021

te tenendo conto del contesto socio economico interno e internazionale.
Ebbene, nonostante la crisi indotta dal Covid abbia causato un calo significativo del numero di insegne (-10,5%), si evidenzia una tenuta importante delle reti di franchising medio-grandi che hanno sostenuto il giro d'affari, i franchisee e gli occupati, rimanendo attive sul mercato (Grafico 2 a pag. 26).
Nello specifico, il giro d'affari nel 2020 è pari a 27.058.533.300 di euro, in aumento del 3,5%.
In crescita anche il numero di punti vendita affiliati in Italia (+1,3%), leggermente in calo invece quelli in franchising all'estero (-2,9%). Le reti con sede oltreconfine che operano lungo lo Stivale solo tramite franchisee, crescono del 3,4%.
Aumenta anche il numero di addetti nel sistema (+4,8%) e leggermente anche la media di occupati per punti vendita affiliato.
Utilizzando una visione di lungo periodo, il sistema franchising in Italia mostra dati positivi, espressione di un settore che si trova in un buon stato di salute, che ha risposto bene alla pandemia perdendo le reti più piccole e meno strutturate, e pronto alla ripartenza nel 2021 e negli anni successivi.

Il consolidamento delle reti

Più in dettaglio, il franchising negli ultimi 5 anni ha consolidato gli indicatori dal punto di vista del fatturato (+13,1%), dei punti vendita (12,7%) e del flusso occupazionale generato (+16,5%). Negativi sono invece i dati relativi al numero delle insegne operative, che diminuiscono del -7,7%, causa Covid, naturalmente. I cui effetti deleteri si sono particolarmente evidenziati proprio nel mondo della ristorazione, che è il terzo per dimensioni nella suddivisione merceologica dei franchisor (16,4%), come si vede nel Grafico 3 a pag. 28. Qui sono diminuite nel 2020 di 35 unità le reti attive, un decremento del 19,6%.
È la GDO a pesare invece per il 34% sul totale giro d'affari del franchising (rispetto al 2019, nel 2020 è in aumento la componente Food +6,7% e in calo molto forte la GDO Non food -45,3%), seguita dal settore "Abbigliamento uomo donna" (crescita del 55,6% rispetto al 2019 anche grazie a e-commerce e mascherine protettive), e dal segmento "Pizzerie, fast food, ristorazione etnica e a tema" (in calo del -0,8%), che sul totale nel 2020 aveva una incidenza del 10,2% del giro d'affari complessivo.
Rispetto al 2019, sono in crescita i settori della "Consulenza e assistenza per l'impresa e la persona" (+19,3%), "Lavanderie e sartorie" (+61,5%) e "Giochi" (+116,2%); colpiti invece maggiormente dalla crisi i settori "Estetica, palestre e parrucchieri" (-12,6% rispetto al 2019) e "Viaggi e turismo" (in calo del -1,5%).
Ma dal generale al particolare, vediamo più da vicino come alcuni operatori della ristorazione in Italia gestiscono il loro franchising e quale peso tale formula ha nell'economia del loro business complessivo.

La forza dell'esperienza

Come ci fanno sapere da quartier generale italiano, quello di **McDonald's** è uno dei sistemi di franchising di maggior successo al mondo che, oltre a dare la possibilità ai licenziatari di sviluppare i propri obiettivi a livello locale, apre le porte verso numerose opportunità di crescita professionale e verso il raggiungimento dei propri obiettivi di business. "*Il valore aggiunto dell'affiliazione a una realtà come McDonald's è la consapevolezza di avere*

Grafico 2

PRINCIPALI INDICATORI DEL SISTEMA FRANCHISING IN ITALIA, 2019-2020

		Anno di riferimento		Differenza 2020 su 2019	
Indicatori	**Misura**	**2019**	**2020**	**Valore assoluto**	**Valore %**
Giro d'affari	Mil. di €	€ 26.153,79	€ 27.058,53	€ 905	3,5%
Insegne operative in Italia	N°	980	877	-103	-10,5%
Punti vendita in franchising in Italia (PVF)	N°	56.441	57.170	729	1,3%
Punti vendita italiani all'estero in franchising*	N°	11.035	10.711	-324	-2,9%
Reti italiane all'estero*	N°	178	162	-16,0	-9,0%
Master di franchisor stranieri in Italia	N°	71	68	-3,0	-4,2%
Reti straniere operanti in Italia con soli franchisee ma sede legale in altro paese	N°	29	30	1,0	3,4%
Addetti occupati nelle reti (PVF) compreso il franchisee	N°	217.150	227.586	10.436	4,8%
Dimensione media delle reti in Italia (calcolata solo per i punti vendita franchising)	N°	57,6	65,2	7,6	13,2%
Dimensione media delle reti italiane all'estero (calcolata solo per i punti vendita franchising)	N°	62,0	66,1	4,1	6,7%
Media occupati per punto vendita in franchising	N°	3,8	4,0	0,2	5,2%

*Sono state considerate solo le reti italiane presenti all'estero con almeno 3 punti vendita in franchising
Fonte: Rapporto Assofranchising Italia 2021

MCDONALD'S

Anno di arrivo in Italia: **1986**
Locali aperti in Italia: **615**
Locali in franchising in Italia: **90%**
Investimento iniziale: **25% del totale (200.000 €)**
Royalty: **5% delle vendite nette**

una multinazionale di successo a supporto della propria attività, che si sviluppa in maniera sinergica con l'azienda nel suo complesso, prendendo parte a un progetto di espansione e crescita che va ad alimentare il successo di McDonald's nel mondo".

La scelta della location, così come la costruzione del ristorante, vengono gestiti centralmente dall'azienda; il licenziatario viene coinvolto in un secondo momento, quando si avvicina l'apertura. Sono molteplici le opportunità di sviluppo per gli affiliati, che sono *"chiamati a lavorare attivamente e in prima persona tutti i giorni nei ristoranti insieme al proprio staff e hanno la possibilità di organizzare iniziative locali a supporto delle vendite e delle comunità in cui operano. Oltre a un percorso formativo dedicato, nelle loro attività tutti i franchisee sono affiancati dal personale di sede per un supporto costante sia per gli aspetti operativi e finanziari sia per quelli relativi al marketing e alla comunicazione. Per questo motivo il rapporto con l'azienda è molto stretto e le relazioni sono quotidiane"*.

E ancora: scegliere di entrare a far parte della "famiglia McDonald's", significa scegliere un modello di business imprenditoriale, condividendone la storia e i successi fatti di un milione di clienti al giorno e 250 milioni di panini l'anno solo in Italia: *"Un modello guidato da standard elevati volti a garantire il miglior servizio possibile ai nostri clienti, fin nei minimi dettagli. Per questo chiediamo ai franchisee di sposare la nostra filosofia a 360° gradi, sotto tutti i punti di vista, dalle materie prime utilizzate, ai fornitori, ai modelli di servizio, al design*

dei ristornati. Il nostro rapporto con i licenziatari è arricchito dal continuo confronto con loro, che ci restituiscono evidenze e osservazioni legate alla quotidianità dei ristoranti; note preziosissime che ci permettono di migliorare costantemente il nostro servizio".

Abbiamo poi chiesto a Big Mac di farci una previsione circa lo sviluppo in Italia nel breve e medio periodo: "*La crisi che abbiamo attraversato non ha mai fermato il nostro piano di sviluppo e siamo orgogliosi di continuare a investire sul territorio, contribuendo al percorso di ripresa del Paese. La nostra rete di ristoranti in Italia si fa sempre più estesa: prevediamo infatti di aprire nel 2021 35 nuovi locali in 15 regioni italiane, per un totale di 1.400 nuovi posti di lavoro. In media, possiamo dire che il 90% dei nostri ristoranti saranno gestiti in franchising*".

Sono attualmente 140 i licenziatari di McDonald's attivi in Italia: "*Si tratta di persone che hanno non solo doti di leadership e spirito di iniziativa, ma che vantano anche la capacità di gestire il personale e l'approccio al cliente, per noi fondamentali, oltre a una propensione a darsi obiettivi ambiziosi di lungo periodo e impegnarsi a raggiungerli. Mediamente in Italia un licenziatario ha tra i 3 e i 4 ristoranti, ma si tratta solo di una media e non di un dato particolarmente significativo; infatti, non c'è un numero fisso di ristoranti che un licenziatario può gestire; si inizia con un locale e poi si valuta un percorso di crescita*", concludono dall'azienda.

Un supporto costante

"*Entrare a far parte del mondo Cigierre garantisce ai franchisee il supporto costante di un team di lavoro articolato, con oltre 25 anni di esperienza, che mette a disposizione degli affiliati le proprie professionalità*", così ci spiega **Gianandrea Gropplero**, direttore Real Estate di **Cigierre**, la corazzata friulana del fuoricasa che, con oltre 375 ristoranti, è il primo gruppo in Italia nella ristorazione servita, "che sviluppa e promuove marchi forti, riconosciuti e amati da tutti", tiene a precisare il manager, presente in azienda fin dalla sua fondazione all'inizio degli anni Duemila. Oltre a **Old Wild West**, marchio di punta, la Compagnia Generale di Ristorazione è proprietaria delle insegne **America Graffiti**, **shi'S**, **PizziKotto**, **Wiener Haus** e **Temakinho**. La molteplicità di offerta, di format e di esperienze proposte, permettono al franchisee di studiare, assieme a Cigierre, il progetto più adatto al contesto commerciale, alle proprie attitudini, all'evoluzione del mercato e al prodotto ricercato.

La costante attenzione verso l'evoluzione della domanda, verso le esigenze dei clienti e le nuove tecnologie, ha permesso all'azienda di dimostrarsi precursore e di rispondere in modo adeguato a queste evoluzioni, grazie allo sviluppo di nuove linee di prodotto, di nuovi canali di vendita e di servizi sempre innovativi.

"*Il franchisee viene accompagnato sin dalla ricerca della location, nella valutazione commerciale della stessa, nella progettazione e valutazione dell'investimento, nella negoziazione del contratto, in base alle sue necessità e richieste*", riprende Gropplero.

"*Successivamente mettiamo a disposizione dei nostri franchisee un supporto a 360° per la selezione e formazione del personale, per la relazione con i fornitori, le campagne promozionali, le attività di marketing, la gestione del business, e tutte le problematiche che può trovarsi ad affrontare dopo l'apertura del locale. In fase di apertura poi, un team di professionisti di Cigierre affianca il personale del ristorante per supportarlo durante la fase di avvio*".

Periodicamente, in corrispondenza con i cambi menu o l'introduzione di novità e promozioni, la casa madre invia i

OLD WILD WEST

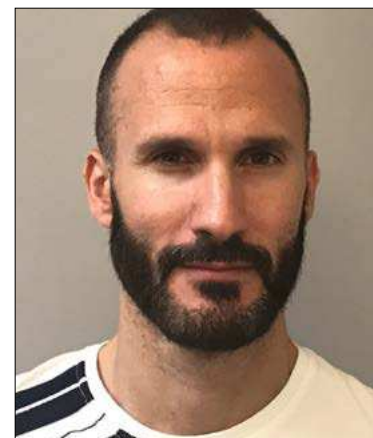
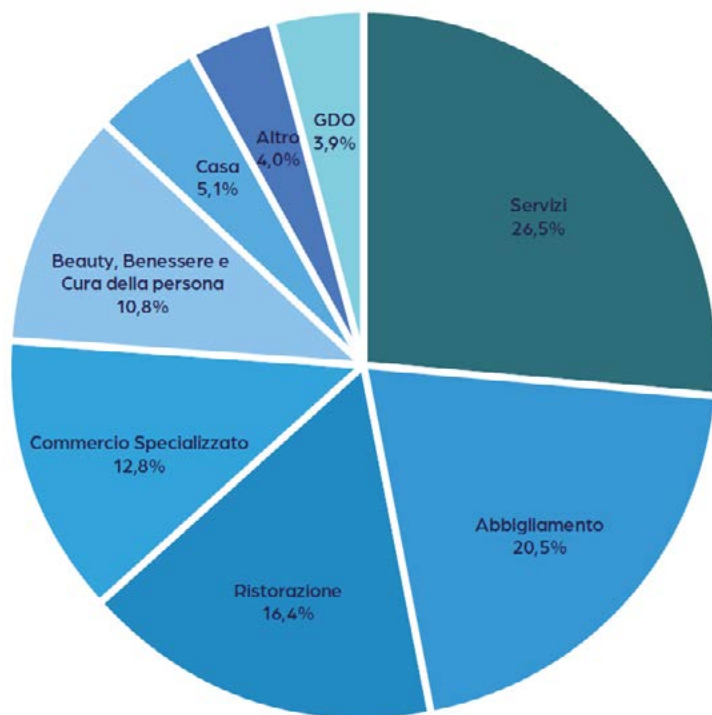
Anno di nascita: **2002**
Locali aperti (in Italia e all'estero): **236**
Numero locali in franchising (in Italia e all'estero): **89**
Investimento iniziale: **800k - 1,1 Mln €**
Fee ingresso: **50.000 €**
Royalty: **5% + contributo marketing 3%**

GIANANDREA GROPPLERO, direttore Real Estate Cigierre

Grafico 3

SUDDIVISIONE MERCEOLOGICA DEI FRANCHISOR, 2020

Settore	%
Servizi	26,5%
Abbigliamento	20,5%
Ristorazione	16,4%
Commercio Specializzato	12,8%
Beauty, Benessere e Cura della persona	10,8%
Casa	5,1%
Altro	4,0%
GDO	3,9%

Fonte: Rapporto Assofranchising Italia 2021

ricettari agli affiliati, che elencano tutte le procedure, in ottemperanza alle disposizioni nazionali e agli standard qualitativi aziendali. Il licenziatario è tenuto al rispetto degli standard elencati. Per la quasi totalità delle merci essenziali all'attività, gli imprenditori sono tenuti all'utilizzo di una piattaforma logistica comune a tutti i ristoranti della rete Cigierre, cross-brand. Gli accordi produttore/cliente/piattaforma dipendono dalla sede centrale del Gruppo.

"*La scelta di tale processo nasce dalla necessità di uniformare tutti i ristoranti in termini di standard qualitativi, di sicurezza alimentare e di immagine*", sottolinea il manager.

"*Ma permette anche di avere un unico fornitore per la maggior parte dei prodotti e l'uso di portale all'avanguardia, la sicurezza di giornate di consegna e ordini prestabiliti, assistenza in caso di anomalie dei prodotti. Anche il decor interno è gestito da due partner di fiducia, italianissimi, con cui lavoriamo ormai da anni. I licenziatari possono scegliere a quale affidarsi*".

In pipeline ci sono adesso 10/12 nuovi locali, dei quali 3/4 in franchising, che apriranno nei prossimi mesi con tutti i format del portfolio Cigierre.

PIERPAOLO COLI,
Head of Franchising and Operations di Foodbrand SPA

Strumenti all'avanguardia

"*Il nostro è un ecosistema che gira nel modo giusto, un insieme di funzioni che collaborano alla riuscita di un progetto condiviso: regalare un momento di felicità a ognuno dei nostri clienti*": così esordisce **Pierpaolo Coli**, Head of Franchising and Operations di **Foodbrand SPA**, proprietaria del marchio **Doppio Malto**. Che poi aggiunge: "*Mettiamo a disposizione diversi strumenti all'avanguardia per il controllo del business, come un efficiente sistema di cassa (Zucchetti TCPOS) e un software per la gestione di ordini e magazzino (My Business). Grazie al sistema di Business Intelligence è inoltre possibile monitorare gli indicatori chiave per le performance del ristorante. La cucina e le ricette sono gestite tramite QSR Automations, così da ottimizzare progressivamente i tempi di realizzazione dei piatti e monitorare la produttività. Utilizziamo per tutti i nostri locali un sistema di prenotazione dei tavoli online offerto attualmente a tutti i franchisee*".

Chiediamo quindi al manager quali servizi la casa madre offre al franchisee per supportarlo nella ricerca della location, nell'apertura del locale, nella fase di lancio e in quella successiva a sostegno della sua attività e del suo business. Questa la risposta: "*La nostra forza è quella di avere un'esperienza solida e diretta nel mondo del franchising. Per questo siamo in grado di affiancare i nostri partner nella valutazione delle location, nella ricerca e selezione del personale e nella fase di progettazione e promozione del locale. Ogni partner può contare su interlocutore dedicato, un coach di supporto nei processi decisionali per condividere le innovazioni della rete e rispettarne gli standard di*

DOPPIO MALTO

Anno di nascita: **2004 (birrificio); 2017 lancio del franchising in Italia**
Locali aperti (in Italia e all'estero): **26 (24 Italia + 2 Estero)**
Locali in franchising: **7 Italia + 2 Estero**
Investimento iniziale: **da 450.000 €**
Fee ingresso: **30.000 €**
Royalty: **tra il 3 e il 7%**

qualità. Il nostro dipartimento Marketing e comunicazione segue la strategia di comunicazione sui media (digital, social e out of home), promuovendo eventi speciali e partnership, sia a livello nazionale che nella fase di start up. Ma tutto questo non servirebbe a nulla se non avessimo al centro la nostra birra artigianale di produzione propria e un'offerta food di qualità: la nostra squadra di Ricerca e Sviluppo è sempre aggiornata sui nuovi trend del settore e ricerca costantemente materie prime di qualità. Esigiamo per i nostri partner il miglior rapporto qualità/prezzo e disponiamo di una piattaforma logistica efficiente e all'avanguardia (Havi Logistics) al servizio del nostro business".

Per ottenere la massima uniformità di standard di servizio in tutti i locali del network, più che imporre vincoli, secondo Coli il grosso vantaggio dell'affiliazione a Doppio Malto è quella di potersi avvantaggiare di "*un modello vincente, che ha dimostrato la propria efficacia in anni di sviluppo della rete, inizialmente interamente a gestione diretta, dei nostri locali. Al centro c'è il modello di servizio e l'unicità del cliente, che sceglie Doppio Malto non solo per bere e mangiare bene, ma per vivere un momento di felicità e piacere. Per mantenere questa promessa occorre una squadra che è fatta di staff di sala e cucina e di fornitori con cui lavoriamo quotidianamente per rendere più fluido e profittevole il business. Significa trovare la mozzarella più buona, il forno più performante, gli arredi e le location più adatte a ottenere un locale di successo. E lavorare per contenere i costi senza mai fare un passo indietro sulla qualità. Questo lo fa Doppio Malto, con la forza e l'autorevolezza di un marchio in crescita. I nostri partner possono contare su questo tipo di know how e di esperienza*", chiosa il manager dell'azienda brianzola. Che, quanto allo sviluppo, tra settembre e dicembre prevede di aprire 7 locali, di cui 3 in franchising.

I LOVE POKE

Anno di apertura: **2017**
Locali aperti in Italia: **55**
Locali in franchising in Italia: **30**
Locali in franchising all'estero: **5 da ottobre**
Investimento iniziale: **130.000 €**
Fee ingresso: **35.000 €**
Royalty: **5+1**

Uno sviluppo che impressiona

Dopo una vacanza in California nel 2016, **Rana Edwards** e **Michael Lewis** decidono di portare il piatto hawaiano che ora spopola in tutto il mondo anche in Italia: nel 2017 aprono quindi a Milano la loro prima pokeria con il marchio **I Love Poke**. In quattro anni il brand ha conquistato decine di migliaia di estimatori lungo tutto lo Stivale e oggi i punti di vendita della catena aperti nel Belpaese sono 55, di cui 30 affiliati. Ma i piani di sviluppo per il futuro sono ancora più ambiziosi e nuove aperture sono in programma, non solo sul territorio nazionale ma anche all'estero, come ci spiega Michael Lewis, Cfo dell'insegna: "*Essendo un format food tech di facile 'distribuzione' riusciamo ad arrivare facilmente ovunque. Siamo gli unici in questa proposta food ad avere un laboratorio interno che funge da centro unico di produzione e quindi possiamo adattarci a tutte le superfici disponibili (anche le più piccole). Inoltre, abbiamo uno sviluppatore interno che collabora con i migliori player e broker di commercializzazione sul mercato.*
Lo aiutiamo nel layout, nella ricerca del personale e nella formazione degli addetti attraverso piattaforme digitali di apprendimento e automatizzazione".

Materie prime, arredi, packaging: tutto viene fornito dalla casa madre, che, combinando questi ingredienti al food trend del momento che vede il poke in cima alle preferenze dei consumatori anche nel Belpaese, come detto ha un programma di crescita davvero impressionante: "*Intendiamo aprire altri 50 locali, di cui 15 in franchising entro la fine dell'anno*", conclude Lewis.

MICHAEL LEWIS, Cfo I love Poke

La Francia dà i numeri del QSR

La top 30 della ristorazione rapida transalpina ripercorre la crisi del foodservice degli ultimi mesi e guarda ad un futuro ad oggi ancora molto incerto

I ristoranti sono stati e continuano ad essere una delle prime vittime dell'emergenza da Covid-19. E tra le aree geografiche più colpite, la vecchia Europa ha registrato i cali più evidenti di attività. Sono dati ormai noti ma ben sottolineati e approfonditi da un articolo apparso sulla rivista francese France Snaking principale fonte di questo articolo. Secondo **NPD Group**, partner di **France Snacking** in questo focus, i BIG Five (Francia, Germania, Italia, Spagna e UK) insieme alla Russia hanno fatto registrare cali compresi tra - 22% e - 42%, perdendo l'equivalente di 117 miliardi di euro tra il 2019 e il 2020 (BIG Five) e quasi 22 miliardi di visite da parte dei consumatori. Un anno, quello che ci siamo lasciati alle spalle, senza precedenti che ha risparmiato almeno in parte, il fast food che, ha potuto contare sul traino di asporto, delivery e click & collect. Insomma, nel corso del 2020 la spesa dei consumatori per pranzi e cene fuoricasa è diminuita in Europa del 37%. Le scosse sono state a dir poco violente, in tutto il Vecchio Continente, sia in termini di volumi sia sotto il profilo dei fatturati. I 5 paesi di riferimento analizzati da NPD Group hanno evidenziato un andamento dei consumi a yo-yo nel corso dei mesi passati, a seconda di restrizioni e chiusure più o meno marcate. Spagna e Italia, ad esempio, hanno stabilito regole molto originali e altrettanto rigide per evitare che la popolazione uscisse di casa e altrettanto severe restrizioni nei confronti di bar e ristoranti sono state imposte dai Governi.
Chi ha retto meglio a questo impatto è stato il segmento del QSR. E, a livello territoriale, le cose sono andate meno peggio nei Paesi che, già prima dell'inizio della crisi, potevano contare su servizi di consegna e ordinazione "digitale".
Secondo France Snacking, in Italia, la chiusura di ristoranti ha portato a un uso massiccio del take-away e del delivery. Nel solo 4° trimestre del 2020 la consegna a domicilio ha raddoppiato la sua attività. Nel Belpaese, poi, i consumatori hanno dimostrato di preferire la cena a domicilio mentre hanno rinunciato di buon grado al consumo fuori casa della pausa pranzo.

Qui Francia

Mentre scriviamo questo pezzo (metà luglio ndr) il vi-

rus mostra tutta la sua resistenza attraverso la diffusione della cosiddetta variante Delta che in tutta Europa viene contrastata a colpi di restrizioni di varia natura. In italia, ad esempio, in questi giorni si discute sulla necessità o meno di usare il Green Pass per accedere alle sale interne dei ristoranti e in Francia?...
Il mercato francese oggi, ma soprattutto nel recente passato, ha messo in atto quel processo che, bene o male, ha interessato e sta interessando tutto il fuoricasa europeo. Un processo di sostanziale cambiamento e segne specializzate in hamburger e pizze oltre a tutto il tessuto dei ristoranti etnici (asiatici, kebab, tacos, etc.).
La ristorazione veloce, che pesa per il 42% del mercato complessivo in Francia, ha così registrato un tonfo meno brutale rispetto ai colleghi con servizio al tavolo (che sono precipitati di oltre il 50% secondo le rilevazioni del gruppo NPD) e se la cava con un -22% in termini di presenze e un -23% in termini di fatturato.
In Francia è andata male anche grandi player della ristorazione in concessione come SSP, Lagardère Travel Retail e

adattamento alle attuali forzature e limitazioni nei consumi. La ristorazione tradizionale punta sull'asporto o sigla partnership con le principali piattaforme del delivery. Ma per questo segmento dove il consumo in loco e la conviviali sono aspetti fondamentali della propria offerta, questo canale di vendita aggiuntivo non ha avuto effetti apprezzabili, generando cali dei consumi nell'ordine del 70%. Il fast food, come si diceva poc'anzi, ha saputo attutire lo shock soprattutto per quanto riguarda le in-

Areas, che hanno registrato cali che oscillano tra il 30 e il 48% del fatturato a causa dell'impatto di chiusure a al calo del traffico nelle stazioni ferroviarie (-42%) e negli aeroporti (-66%).
Male e non poteva essere altrimenti, anche le performance nei centri commerciali (presenze in calo del 18% secondo Procos), e brand emergenti come Waffle Factory, tanto per citarne uno, in calo del 34%. Male anche le paninoteche: La Croissanterie, molto presente nei centri commerciali come nel travel retail, dichiara -44%. Performance in forte ribasso anche per Brioche Dorée, di cui FS stima un calo di oltre il 30%.
Il calo dell'attività, a volte meno marcato per i marchi con sviluppo misto (centro città, periferie e arterie commerciali), rimane una realtà nel 2020 per gran parte delle insegne del segmento fast casual. CHD Expert che monitora costantemente questo segmento, parla di un calo del 39% in valore, dovuto in gran parte alla chiusura delle sale interne e all'assenza dei clienti a cui si aggiunge poi un'offerta che come nel caso delle tanto amate crepes, mal si adatta alla consegna a domicilio.
Va anche detto che con le chiusure di attività e uffici e la conseguente ascesa del telelavoro, alcuni player nei centri città hanno preso una sonora batosta. Exki ad esempio è passato da 73 Mln di euro di fatturato nel 2019 a meno di 24 nel 2020. Male anche insegne come Cojean, Pégast, Bagel Corner, Bagelstein (-24%) e altri come La Famille (-40%) o addirittura Class croute (-42%) molto

LA TOP 30 DELLA RISTORAZIONE RAPIDA FRANCESE

Gruppo	Insegna	Tema	Giro d'affari 2020 (Mln €)	Variazione % 2019-2020	N. PDV 2019	N. PDV 2020 Totale
McDonald's Francia (eCA)	McDonald's	Hamburger	4400	-20	1490	1530
Gruppo Bertrand	369 Burger King (831,9 M€) 98 Quick (eCA)	Hamburger	1008	-16	456	467
Yum!	KFC	Fast food pollo	492	-13	262	276
Marie Blachere (eCA)	Marie Blachère	Panetteria	435	-8	530	545
Gruppo Agapes (eCA)	227 Flunch (205M€), 12 Sala d'co (18M€), 14 Pizza Pai (6M€), 13 S&Co (6M€), 21 SoGood (9M€)	Caffetteria - Pizza - Salad bar - Paninoteca	238	-54	287	287
Domino's Pizza France	Domino's Pizza	Pizza	267,4	-6	405	431
Areas France (e)	Franchise + Super Wild Cafè	Multifranchise	250	-31	307	307
Lagardère Travel Retail France	marchi propri + franchise	Multifranchise	200	-47	683	655
Strabucks Coffee Fran-ce (eCA)	Starbucks	Coffee Shop	192	-25	185	188
Ange	Boulangerie Ange	Panetteria	187	17	152	172
Amrest (e)	131 Sushi Shop, 40 corner + 132 Pizza Hut	Sushi - Pizza	180	-17	257	263
Gruppo Le Duff	290 Brioche Dorèe, 16 Fournil	Panetteria - paninoteca	165	-35	312	306
Kely Deli	Sushi Daily	Sushi - Pizza	152,4	-5	290	317
O'Tacos	O'Tacos	Tacos	151,63	-7	212	229
SAS Monts Fournil	La Mie Caline	Paninoteca - panetteria - pasticceria	149	-17	255	224
SSP	marchi propri + franchise	Multifranchise	143,4	-47	229	232
Subway France (eCA)	Subway	Paninoteca	135	-25	418	406
Gruppo Hana (e)	Sushi Gourmet/Sushi Market, Wok Street Kitchen, Grazie Mama, Izakaya	Sushi - Italiano - Asiatico	108	-8	374	374
KAP Developpement	Le Kosque a Pizzas	Pizza	86	10	448	487
Louise (e)	Louise	Panetteria	80	-11	119	119
Gruppo Delineo	234 La Croissanterie (108M€), 18 Maison Pradier, 4 Roberta	Paninoteca - Italiano	70	-44	256	247
Planet Sushi Group	Planet Sushi	Sushi - Pizza	70	0	49	47
Feuillette	Feuillette	Paninoteca	70	41	28	36
Eric Kayser (e)	50 Eric Kayser, 12 Midorè	Panetteria - paninoteca	51	-35	62	62
Wagram Finances	197 Columbus Cafè & Co, 6 Copper Branch	Coffee Shop	60,6	-33	204	203
Crescendo Restaura-tion	63 Crescendo restaurant, 16 Jule & John, 4 Comptoirs d'Alice	Caffetteria - Panetteria - hamburger	60	-45	81	83
Pitaya	Pitaya	Etnico	54	23	49	86
Autogrill	marchi propri + franchise	Multifranchise	52,14	-41	77	74
France Restauration Rapide	Patapain	Paninoteca - panetteria	50,25	-16	51	52
Big Groupe/BlueGem (e)	Big Ferrand	Hamburger	45	-21	52	54

FONTE: France Snacking

colpiti dalla diserzione degli uffici. Anche le catene di hamburger gourmet sono, per la maggior parte, alle prese con prestazioni in calo dal 20 al 40% per 231 East Street, Big Fernand, Steak'n Shake e altri. Meno marcata la perdita di clienti di BCHEF (-11% a perimetro costante) mentre Les Burgers de Papa, che ha aperto 5 ristoranti ed è iperattivo nelle consegne, annuncia un aumento del giro d'affari di quasi il 50%.

Per il presidente di **Food Service Vision** (società di consulenza che offre servizi per lo sviluppo del mercato della ristorazione), **Francois Blouin**, il mercato deve per forza guardare alle possibilità offerte dai consumi lontani dalle sale dei ristoranti, con il delivery come leva per resistere alle insidie delle chiusure. Si stima infatti che 1/5 delle vendite siano da ascrivere alla consegna a domicilio. Logicamente, la chiusura delle sale da pranzo nel 2020 ha reindirizzato i consumatori verso altri canali di vendita a tal punto che Food Service Vision calcola il volume delle attività di consegna, a quasi 4,9 miliardi di operazioni alla fine dello scorso anno, con un aumento del 47% in 2 anni. Anche se colpito duramente, come abbiamo già avuto modo di dire, il fast food in Francia e nel resto d'Europa ha saputo mostrare il suo dinamismo adattandosi velocemente alla forte spinta del del click & collect e della delivery. Molti brand, oltre all'applicazione di rigidi protocolli sanitari, sono stati capaci di metter mano al loro format, ai processi produttivi e all'organizzazione in generale per aumentare l'efficienza, rispondere alle emergenze e prepararsi per il futuro, cosa che in alcuni casi ha comportato la riconfigurazione dei ristoranti per ottimizzare i percorsi di produzione, spedizione e consegna. Allo stesso modo, di fronte a consumatori costretti a casa e in cerca di una via di fuga, molti brand hanno approfittato di questo periodo per rivedere le proprie offerte e adattarle sia al canale digitale sia anche alle aspettative di una clientela sempre più attenta a una dieta sana ed equilibrata.

Che ripresa sarà

Mentre tutti sono ai blocchi di partenza in attesa i una riapertura duratura e senza limitazioni, gli addetti ai lavori si interrogano su cosa succedere nell'era post Covid-19 e gli scenari non sono per tutti i medesimi. Secondo uno studio pubblicato prima dell'estate, il 60% dei francesi ha dichiarato che anche quando le misure restrittive non saranno più applicate non torneranno a mangiare al ristorante come prima. In compenso il restante 40% afferma che cenare fuori sarà la prima cosa che farà.

Nicolas Nouchi di **CHD Expert**, propende per una ripartenza della ristorazione organizzata a grande velocità sostenuta soprattutto dai giovani. Il presidente di **Gira** (la società di consulenza strategica e ricerche di mercato fondata oltre 50 anni fa ndr) prevede un periodo di iperattività non appena sarà ristabilita in pieno la libertà personale, ma allo stesso tempo, teme che protocolli di sicurezza e distanziamento continueranno, e che la ristorazione dovrà fronteggiare anche l'aumento del costo delle materie prime e soprattutto la carenza di personale. Insomma, fra i nostri cugini transalpini l'incertezza regna ancora sovrana.

Tra qualità e prezzo

Ecco come trasformare una gara con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa in una gara al prezzo più basso

di Corrado Giannone

In questo articolo intendiamo affrontare il tema dei criteri di aggiudicazione delle gare di ristorazione e dare un contributo al dibattito che questo argomento genera tra gli addetti ai lavori.
Quando si parla di gare d'appalto per l'approvvigionamento di servizi di ristorazione sono in molti a credere che il criterio di aggiudicazione sia quello del prezzo più basso. Come tutti sanno, questo tipo di gare prevede, piuttosto, l'uso del criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa secondo il rapporto qualità/prezzo e per dirla tutto il codice degli appalti, prima di subire l'ennesima modifica, prevedeva che al fattore prezzo non si potesse attribuire più di trenta punti. Malgrado ciò, quando un appalto di ristorazione finisce sulle pagine dei giornali, di solito a causa di qualche disservizio, utenti e giornalisti danno spesso per scontato che si tratti di una fornitura figlia di una gara vinta solo giocando su ribassi e scontistiche anche quando così non è. La verità secondo me, è che quando un contratto fa cilecca e l'utenza si lamenta del servizio le cause vanno cercate nella scarsa qualità dei documenti di gara, nei capitolati approssimativi e in criteri di valutazione "presi in prestito" da gare "simili" indette da altri enti pubblici. I capitolati per definizione, dovrebbe contenere tutte le prestazioni richieste dal committente e gli standard di qualità dei vari aspetti del servizio, mentre il disciplinare tra le altre cose deve indicare gli elementi qualitativi e le modalità di attribuzione del punteggio da parte della commissione aggiudicatrice. Se un servizio di ristorazione in corso di erogazione, presenta molte non conformità la responsabilità non è solo della società di ristorazione, ma anche di chi ha elaborato gli atti di gara: del responsabile unico del procedimento RUP per quanto riguarda il capitolato e del responsabile della centrale unica di committente (quando funge da stazione appaltante) per quanto riguarda il disciplinare. Dall'analisi di molti documenti di gara relativi al servizio di ristorazione, specialmente in ambito scolastico ho verificato un bassissimo livello qualitativo sia dei capitolati, sia dei disciplinari.

I capitolati spesso sono generici, frutto di copiature di documenti di gara esperite da altri enti, privi degli elementi fondamentali per definire la qualità del servizio richiesto e di conseguenza, di stimare con precisione il prezzo da porre a base d'asta.
La carenza di questi elementi comporta delle difficoltà anche in fase di controllo di conformità del servizio come espressamente previsto dall'articolo 101 del Codice degli appalti. Il risultato che ne deriva, è quello di avere molti contenziosi tra comuni e SRC, e tra comune e rappresentanti degli utenti, quest'ultimi inclini, come si diceva poc'anzi, ad accusare il Comune di avere affidato il

GF GENERAL FRUIT

General Fruit S.r.l. Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG) ITALY - Tel +39 035 927030
info@generalfruit.com - www.generalfruit.com - General Fruit Srl - Naturera Polot 1882 - naturerapolot1882

servizio al prezzo più basso, anche se non corrisponde alla realtà.
La maggior parte dei disciplinari che ho esaminato prevede elementi di valutazione poco significativi per misurare la bontà delle offerte tecniche presentate dai concorrenti. Ci sono disciplinari che fanno riferimento a elementi di valutazione già previsti per legge o insiti nelle certificazioni di qualità indicate come requisito per partecipare alla gara. A complicare le cose si sono aggiunti i CAM, che prescrivono come elementi premianti una serie di punti, molti dei quali di difficile attuazione e valutazione. Ma di questo ne ho parlato diffusamente in articoli precedenti. I commissari di gara chiamati a valutare le offerte tecniche in presenza di disciplinari di questo tipo si trovano in grande difficoltà e con una gran paura di sbagliare.
Per fortuna le cose non vanno sempre male.
Esistono anche esempi di gare con capitolati ben articolati e dettagliati che descrivono nei minimi dettagli la qualità delle derrate, menu e grammature degli ingredienti di ogni singola ricetta, il piano delle manutenzioni ordinarie e via dicendo e disciplinari di gara contenenti elementi di valutazione in linea con le norme di settore e misurabili in maniera oggettiva.
A titolo esemplificativo nelle tabelle che seguono ho provato a mettere a confronto due esempi di elementi di valutazione di due differenti gare lasciando al lettore il giudizio sulla bontà o meno di quanto espresso dai relativi disciplinari.
Il primo caso si riferisce alla gara di alcuni enti dell'hinterland milanese, i comuni di Vimodrone, Rodano, Cassina de Pecchi con stazione appaltante e centrale unica di committenza il Comune di Vimodrone. La gara ha previsto in questo caso un unico lotto anche se si tratta di tre servizi con peculiarità diverse.
I vantaggi di questa soluzione sono a mio parere parecchi tra i quali: riduzione dei costi fissi, possibilità di usare come cucina d'emergenza una delle tre cucine, riduzione degli automezzi per le consegne delle merci, secondo quanto auspicato dai CAM, e la possibilità di sostituire del personale mancante in tempi rapidi attingendo all'organico di un altro Comune.
Ripartizione del punteggio: qualità dell'offerta tecnica 90 punti, prezzo 10 punti.

Un esempio virtuoso

(Estratto dal disciplinare di gara)

Organizzazione del ciclo produttivo comprensivo delle attività previste dai CAM
Organizzazione del ciclo produttivo rappresentata mediante diagramma di Gantt, contenente la descrizione delle attività e del personale in aderenza alle prescrizioni del Capitolato.
La valutazione sarà discrezionale e terrà conto dell'aderenza della proposta alla specificità del servizio.

Piano dei trasporti dei pasti in aderenza a quanto richiesto dal capitolato
Il punteggio sarà assegnato in base alle migliori soluzioni logistiche proposte

Gestione e risoluzione delle emergenze
Sarà valutata discrezionalmente l'efficacia delle soluzioni e la tempistica di risoluzione

Monte ore complessivo del personale impiegato nel servizio nell'intera durata contrattuale
Nel caso i cui vi siano almeno 3 offerte, il punteggio sarà determinato applicando la seguente formula:

$$X = P_{max} \times \left(1 - \frac{|Vm - Vo|}{Vm}\right)$$

Ove:
P_{max} = *Punteggio massimo assegnato al monte ore*
V_m = *Valore medio*
V_o = *Valore dell'offerta in esame se le offerte sono inferiori a tre il punteggio sarà attribuito in maniera direttamente proporzionale al maggior numero di ore per tutta la durata contrattuale.*

SOLUZIONI MIGLIORATIVE DEGLI STANDARD DELLE DERRATE ALIMENTARI
Viene richiesto ai concorrenti di stimare in maniera analitica le quantità lorde di ogni singolo ingrediente previsto nelle ricette presenti nel menù allegato al capitolato, per tutta la durata del contratto tenuto conto del numero dei pasti. La quantità totale detratta dalla quota obbligatoria determina la frazione oggetto di miglioramento.

Prodotti locali a filiera corta:
a) Prodotti locali convenzionali
b) Prodotti locali biologici
c) Prodotti PAT biologici locali

Numero di Certificazioni possedute oltre a quella prescrittiva ISO 9001-2015 (con esclusione della ISO 22005)
Il punteggio sarà attribuito in maniera direttamente proporzionale

Minor distanza fra luogo di produzione/trasformazione

e luogo di consumo dei prodotti locali
La Valutazione sarà discrezionale e tiene conto del minor impatto ambientale dovuto alla minor distanza del luogo di produzione/trasformazione e luogo di consumo dei prodotti.
PRODOTTI NON LOCALI
Prodotti biologici
Prodotti DOP e prodotti IGP (non biologici)
PRODOTTI PROVENIENTI DA AGRICOLTURA SOCIALE
Prodotti convenzionali provenienti da agricoltura sociale
Prodotti biologici provenienti da agricoltura sociale.
Il punteggio relativo alle derrate sarà attribuito in maniera economico più elevato.
Ricaduta migliorativa sulla qualità del servizio
Il punteggio verrà attribuito in misura discrezionale, in base alla originalità e ricaduta qualitativa del servizio.
È fatto obbligo ai concorrenti di indicare il costo delle migliorie nella busta offerta economica, questi valori non influiscono sull'offerta economica ma hanno lo scopo qualora non accettate, di essere rimborsati al committente.
Il valore delle migliori misure adottate per evitare errori nella somministrazione delle diete sanitarie
Il punteggio verrà attribuito

direttamente proporzionale in base al maggior valore economico dei prodotti offerti fatte salve le quantità prescrittive previste dai CAM e indicate nell'allegato denominato caratteristiche delle derrate.
Soluzioni migliorative accolte (*saranno escluse quelle riguardanti corsi o iniziative di educazione alimentare*)
Valore economico stimato dalla Commissione
Il punteggio relativo al "valore economico stimato dalla Commissione" verrà attribuito in maniera direttamente proporzionale assegnando il maggior punteggio al valore in modo discrezionale dalla commissione in base alla praticabilità ed efficacia delle misure adottate
Qualità dei materiali utilizzati per il confezionamento delle diete
Sarà valutata in maniera discrezionale in base alle caratteristiche di funzionalità.
Percentuale di prodotti prescrittivi offerti a filiera corta locale
La valutazione sarà effettuata in base alla maggior % di prodotti locali a filiera corta sul totale delle quantità previste obbligatorie
Coerenza complessiva dell'Offerta Tecnica

All'insegna della discrezionalità

Il secondo caso riguarda un gara gestita in qualità di stazione appaltante dalla Cuc della province di Brescia e suddivisa in sette Lotti, di cui estrapoliamo il lotto relativo al Comune di Mediglia. Ripartizione del punteggio: punti alla qualità dell'offerta tecnica 80 e al prezzo 10.

(Estratto dal disciplinare di gara)
Criteri di valutazione
Certificazione salute e sicurezza sul lavoro OH- SAS 18002:2008
Attribuzione punteggio:
Sì = 0,5 Punti; No = 0 Punti
Certificazione UNI EN ISO 22005:2008 sistema gestione della rintracciabilità Attribuzione punteggio:
Sì = 0,5 Punti; No = 0 Punti
Certificazione ISO 45001:2018 Sistemi di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro
Attribuzione punteggio:
Sì = 0,5 Punti; No = 0 Punti
procedure di approvvigionamento e rintracciabilità delle derrate procedure di conservazione, preparazione, cottura dei pasti;
valutazione discrezionale

procedure di trasporto e distribuzione dei pasti;
valutazione discrezionale
modalità di gestione delle sostituzioni e delle emergenze legate all'assenza del personale
Valutazione discrezionale
Modalità di gestione degli imprevisti ed emer-genze, con particolare riferimento agli imprevisti legati al trasporto dei pasti (sia per guasti veicoli, agenti atmosferici, blocco traffico)
valutazione discrezionale
Menù d'emergenza
Valutazione discrezionale
Modalità di gestione degli interventi di manutenzione

dicata, deve essere coerente con le indicazioni dei menù stagionali e con il numero dei pasti da offrire.
Attribuzione punteggio:
0,4 Punti
PER OGNI PRODOTTO OFFERTO (max 8 punti)
Prodotti frutticoli biologici: fornire frutta di stagione biologica. La quantità dei prodotti deve coprire l'intero fabbisogno della tipologia di derrata indicata, deve essere coerente con le indicazioni dei menu' stagionali e con il numero dei pasti da offrire.
Attribuzione punteggio:
0,4 Punti
PER OGNI PRODOTTO OF-

primario).
Attribuzione punteggio:
2 Punti = più di un veicolo;
1 Punto = un veicolo;
0 Punti = nessun veicolo
Attuazioni di soluzioni per diminuire gli impatti ambientali della logistica (presentare elenco come specificato nei Cam). Impegno all'utilizzo di mezzi di trasporto per la veicolazione dei pasti a minori emissioni e a minori consumi energetici, quali i veicoli a trazione elettrica o ibrida, a idrogeno, o alimentati con biocarburanti, combustibili sintetici e paraffinici, gas naturale, compreso il biometano, in forma gasso-

to delle materie prime dai fornitori al centro di cottura) e/o secondario (trasporto dei pasti dal centro di cottura al sito di consumo dei pasti); (presentare dichiarazione di adesione ad un sistema di gestione centralizzata).
Attribuzione punteggio:
Punti 2 per protocollo con sistema di gestione centralizzata;
Punti 0 = non centralizzata
Comunicazioni iniziative di comunicazione efficaci ed adatte all'utenza per veicolare informazioni sulle misure di sostenibilità ambientale del servizio, per incentivare corrette abitudini alimentari, per invogliare al consumo del

straordinari del locale cucina
valutazione discrezionale
Prodotti a filiera corta fornitura a filiera corta di prodotti locali provenienti dal territorio comunale e/o dagli immediati dintorni tra le seguenti categorie: ortaggi, frutta, legumi, cereali: indicare la/le specie e le quantità
pasta, prodotti lattiero-caseari, carne, derivati della carne, uova, olio, passate e conserve di pomodoro, altri prodotti trasformati: indicare la o le tipologie e le quantità. La quantità dei prodotti deve coprire l'intero fabbisogno della tipologia di derrata in-

FERTO (max 4 punti)
Prodotti a filiera corta Trasporto primario dei prodotti da filiera corta, come sopra definiti, sarà effettuato con veicoli a trazione elettrica o ibrida, a idrogeno, o alimentati con biocarburanti, combustibili sintetici e paraffinici, gas naturale, com- preso il biometano, in forma gassosa (gas naturale compresso - GNC) e liquefatta (gas naturale liquefatto - GNL) o con gas di petrolio liquefatto (GPL) e con delle misure di gestione ambientale della logistica. (presentare dichiarazione impresa che gestirà il trasporto

sa (gas naturale compresso - GNC) e liquefatta (gas naturale liquefatto - GNL) o con gas di petrolio liquefatto (GPL)
Attribuzione punteggio:
2 Punti = 100% dei veicoli;
1 Punto = almeno 50% dei veicoli;
0 Punti = meno del 50% dei veicoli
Adozione di soluzioni collettive per le attività di deposito e trasporto delle merci come magazzinaggio comune, gli spostamenti a pieno carico degli automezzi, con conseguente riduzione del numero di viaggi per il trasporto primario (traspor-

proprio pasto.
Attribuzione punteggio:
1 punto per ogni iniziativa ritenuta valida dalla commissione (max 4 punti)
Descrizione delle iniziative rivolte all'utenza che potrebbe usufruisce dei pasti a domicilio (qualora venisse attivato il servizio)
Valutazione discrezionale
Modalità del monitoraggi/indagini/questionari (oppure modalità di verifica del gradimento, direttamente c/o i refettori, del cibo servito e iniziative volte ad agire tempestivamente per migliorare la proposta alimentare. Van-

Il gusto di mangiar sano.

Come a casa tua.

A casa come a scuola, è sempre più importante costruire sin da piccoli un rapporto responsabile con il cibo che passi attraverso un'alimentazione corretta e il rispetto delle materie prime. L'impegno degli chef e dei nutrizionisti Elior è quello di supportare le generazioni future in questo percorso, garantendo nelle scuole piatti sani e bilanciati ma anche invitanti e fantasiosi che stuzzicano l'appetito e la curiosità dei nostri giovani ospiti.

itineRe Hospes

no indicate le diverse modalità adottate per verificare la soddisfazione dell'utenza (saranno conteggiate solo quelle ritenute idonee dalla commissione)
valutazione discrezionale
Piano di formazione e aggiornamento del personale addetto al servizio per l'intera durata della concessione. Sarà valutata la periodicità della formazione
Attribuzione punteggio:
1 Punto = formazione semestrale
0,5 Punto = Formazione annuale
0 Punti = Formazione superiore all'annuale
Inserimento nuove attrezzature o sostituzione di quelle presenti (da documentare con apposite schede tecniche e/o materiale (descrittivo, da produrre in allegato).
Tali attrezzature resteranno di proprietà del Comune a fine contratto
valutazione discrezionale
Ore destinate a supportare il personale docente durante la consumazione del pasto da parte degli adulti
Attribuzione punteggio:
6 Punti = da 300 ore annuali;
4 Punti = da 200 a 299 ore annuali
2 Punto = da 100 a 199 ore annuali;
0 Punti = fino a 99 ore annuali
software che consentano di ottemperare alle disposizioni previste da AgID (Agenzia per l'Italia Digitale), in attuazione dell'Art.5 del CAD e dal D.L. 179/2012, e che abbiamo almeno presentato richiesta di qualificazione ai sensi della Circolare AgID n. 3 del 09 aprile 2018 recante "Criteri per la qualificazione di Servizi SaaS per il Cloud della PA".
Attribuzione punteggio:
Sì = Punti 3; No = 0 Punti
Sponsorizzazione, a sostegno di iniziative rivolte a migliorare la produttività, l'efficienza e l'efficacia dei servizi (come descritta in capitolato)
Attribuzione punteggio:
Sì = Punti 4; No = 0 Punti
Descrizione della modalità di estensione della consegna dei pasti anche sabato/domenica e/o pasto serale.

Tirando le somme

Le differenze tra gli elementi di valutazione delle offerte tecniche previste nei due procedimenti sono molto marcate. La prima consiste nella sequenza degli elementi di valutazione che il codice degli appalti prevede all'articolo 95 punto 9: "*Le stazioni appaltanti, indicano nel bando di gara e nel capitolato d'oneri o, in caso di dialogo competitivo, nel bando o nel documento descrittivo, l'ordine decrescente di importanza dei criteri. Per attuare la ponderazione o comunque attribuire il punteggio a ciascun elemento dell'offerta, le amministrazioni aggiudicatrici utilizzano metodologie tali da consentire di individuare con un unico parametro numerico finale l'offerta più vantaggiosa.*"
Gli elementi di valutazione nel primo caso esaminato, sono ben dettagliati sia nella richiesta di come i concorrenti devono presentare le proposte sia nelle modalità di valutazione di ogni singolo elemento. Le valutazioni prevedono l'attribuzione dei punteggi attraverso formule matematiche e le valutazioni discrezionali sono in numero ridotto e comunque anche in questo caso vengono esplicitate le modalità di attribuzione del punteggio. Nel secondo caso quasi tutte le valutazioni sono discrezionali o tabellari. Nel caso dei criteri discrezionali non sono sempre descritte le modalità valutazione. Alcuni elementi come le: "*procedure di approvvigionamento e rintracciabilità delle derrate, procedure di conservazione, preparazione, cottura dei pasti*" sono previste o da norme cogenti o dalle procedure dell'auto controllo e/o nel manuale della qualità (visto che come requisito è stato richiesto il possesso della certificazione ISO 9001:2015) quindi tutti i concorrenti avranno lo stesso punteggio. Da una lettura anche se non particolarmente approfondita della gara del Comune di Mediglia emergono immediatamente alcuni aspetti negativi come, per esempio, quello di attribuire lo stesso punteggio ai prodotti offerti a prescindere del loro valore di mercato, per cui tutti proporranno prodotti che costano meno, anche l'impiego di automezzi per il trasporto primario (mi piacerebbe sapere come si fa a controllare) o le soluzioni di gestione del magazzino in maniera collettiva (molti indicheranno aziende come MARR, DAC, etc) tutti i concorrenti alla fine dichiareranno di offrire quello che gli consente di prendere il massimo del punteggio.

Alla fine se la commissione analizzasse in maniera oggettiva le offerte, scoprirebbe che le offerte tecniche di tutti i concorrenti sono allineate e che l'ago della bilancia a questo punto diventa il prezzo. Ecco come trasformare una gara con il criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa in una gara al prezzo più basso. Altrettanto non si può dire nel primo caso analizzato.

(Più) alti (ch)e bassi

Cresce il sentiment positivo dei ristoratori, che torna ai livelli pre Covid ma permangono le incertezze per il futuro nell'ultima analisi targata Fipe sul mondo della ristorazione

di MLA

Secondo l'ultimo rilevamento dell'**Ufficio Studi** della **Fipe**, il clima di fiducia delle aziende di ristorazione torna ai livelli del 2019, attestandosi a 96,6 punti: era dal secondo trimestre dell'anno che ha preceduto la pandemia (Fig. 1 a pag. 45) che non si registrava un dato simile. Tuttavia, al di là di questo segno positivo, permane l'incertezza del futuro che incide sulle prospettive di breve termine del comparto. Andiamo con ordine.

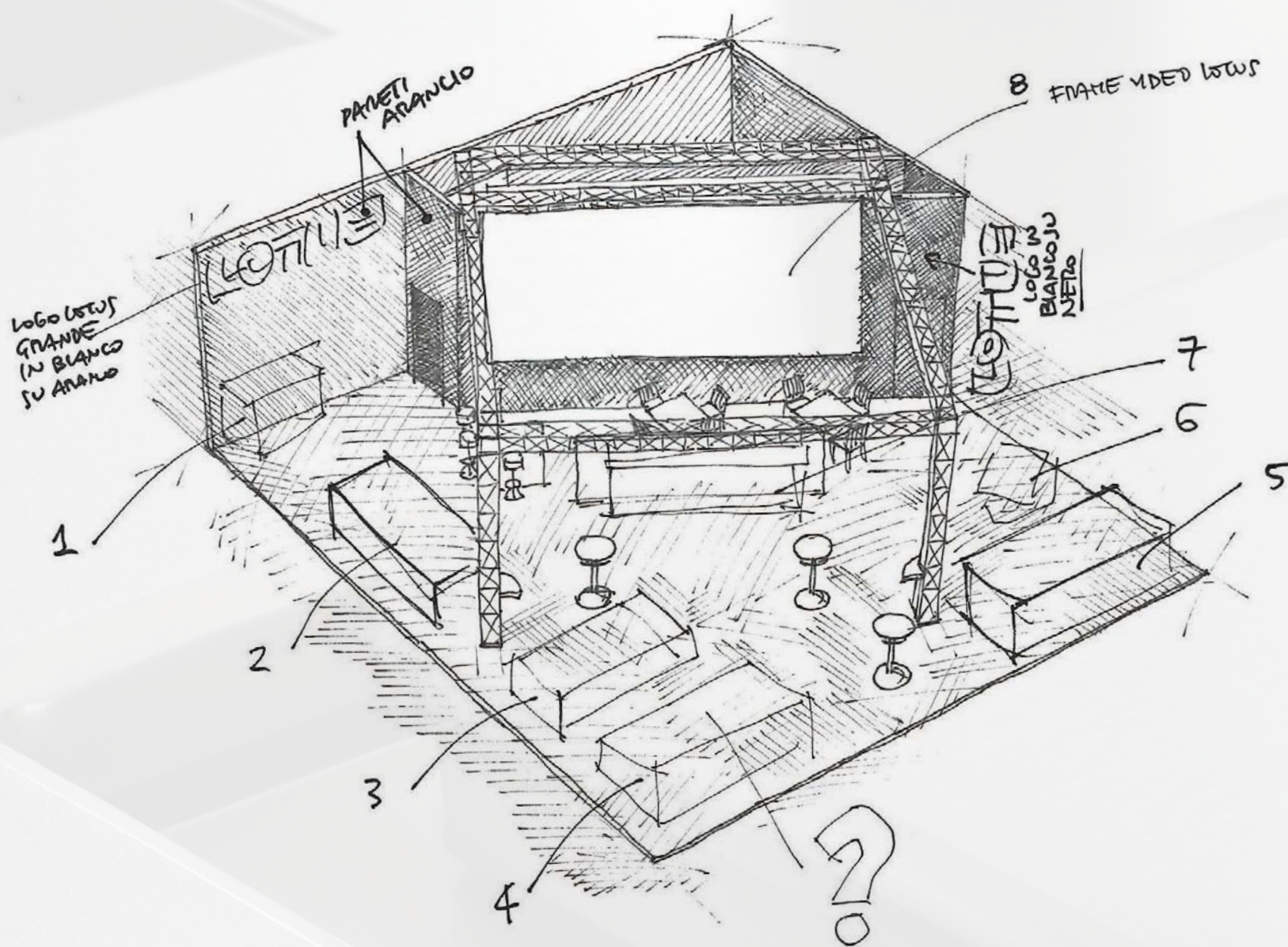
Le performance

Nella visione delle imprese del fuoricasa italiano, lo scenario di mercato è abbastanza buono.
Nel II trimestre 2021 il saldo tra valutazioni positive e valutazioni negative sulla dinamica del fatturato dell'intero settore segna +6,7%, in miglioramento sia rispetto al buio periodo del lockdown dello scorso anno ma anche e soprattutto rispetto allo

stesso periodo del 2019 (Fig. 2). Nullo, invece, il saldo sulle performance delle singole imprese, che si dividono equamente tra chi percepisce un miglioramento e chi un peggioramento.
Nel confronto con lo stesso periodo del 2019 il saldo delle risposte guadagna infatti 4,8 punti a livello di singole aziende: un segnale importante da parte delle imprese che sentono con tutta evidenza più vicina la possibilità di una ripresa (Fig.3).

Clientela, costi e occupazione

I giudizi sull'andamento dei flussi di clientela si posizionano sugli stessi livelli rilevati nel 2019 (-4,4 punti), come si evince in (Fig. 4 a pag. 46).

Per quanto attiene invece ai costi di approvvigionamento e ai prezzi di vendita, Fipe rileva valori in linea con il secondo trimestre del 2019 (Fig. 5 sotto).
Restano negative invece le valutazioni sulla dinamica dell'occupazione nel secondo trimestre dell'anno in corso, pur mostrando un valore del saldo meno catastrofico rispetto al I primo trimestre 2021: il saldo si attesta a -14,7 e perde circa 14 punti nel confronto con il II trimestre 2019 (Fig.6 sotto).

Le aspettative e la fiducia

Come rilevato, nonostante il sentiment generale degli operatori del settore sia caratterizzato da un ritorno ai livelli pre Covid, le aspettative per il III trimestre 2021 sono caratterizzate dalla mancanza di fiducia nel futuro, probabilmente a motivo del balletto sul Green Pass e delle informazioni come sempre un po' schizofreniche sulla diffusione ancora da comprendere appieno della variante Delta del virus. Sono state soprattutto la mancanza di turismo straniero e la paura di nuove misure restrittive alla mobilità ad aver generato pessimismo prima e durante l'estate 2021.

In definitivo comunque, l'indicatore sintetico del clima di fiducia cresce di 73 punti nel confronto con il I trimestre 2021 e si attesta sugli stessi livelli rilevati nel II trimestre 2019.

Le virtù di Unox

L'azienda che produce forni per ristorazione, pasticceria e *hotellerie* rafforza la sua identità offrendo nuove soluzioni per la ristorazione con e senza cucina

La storia di **Unox** inizia circa 30 anni fa, quando l'azienda irrompe nel mercato dei forni professionali con il lancio della sua prima innovazione: un forno multiventola in grado di cucinare in modo più uniforme rispetto ad altre soluzioni sul mercato grazie alla nuova tecnologia AIR.Maxi™ che garantisce la diffusione uniforme dell'aria utilizzando un sistema a ventole multiple. Questo prodotto guadagna ben presto l'attenzione degli addetti ai lavori grazie a interessante rapporto prezzo e performance. Con il passare del tempo la Società ha costruito un business model focalizzato sul cliente, anche in termini di servizio pre e post-vendita.

"*A partire dal 2008*, ci dice **Nicola Michelon**, CEO di Unox *abbiamo introdotto una nuova idea di venditore/consulente, l'Active Marketing Chef (AMC), un esperto UNOX in cui si fondono la figura del commerciale con quella dello Chef. Prima in Italia, e poi in tutto il mondo, la Società ha costruito questa nuova rete capillare di professionisti che fanno provare gratuitamente il forno UNOX direttamente nelle cucine e nei laboratori di pasticceria ai clienti interessati a migliorare i risultati di cottura sui loro prodotti*".

Nel 2014 vengono presentate le nuove gamme CHEFTOP MIND.Maps™ e BAKERTOP MIND.Maps ™ che rappresentano la vera svolta di UNOX nel mercato dei forni combinati: grazie ad ADAPTIVE.Cooking i forni diventano intelligenti e ottimizzano in automatico il programma di cottura in funzione del carico inserito, dei tempi di apertura porta, della temperatura e della durata del preriscaldamento e molti altri parametri che vengono costantemente monitorati prima e durante la cottura. Risultati sempre identici ad ogni infornata.

"*A partire dal 2016 i prodotti UNOX hanno subito la vera trasformazione digitale grazie all'introduzione dell'Intelligenza artificiale applicata ai forni e a un approccio 'Data Driven'*, prosegue Michelon. *Questo ha reso i forni UNOX non solo un'attrezzatura indispensabile nella cucina dei professionisti, ma uno strumento utile a misurarne e analizzarne le performance, per non perdere mai di vista l'andamento e l'attività del proprio forno.*

Negli ultimi anni sono stati lanciati altri prodotti che si differenziano dal classico forno combinato, quali EVEREO – il frigo caldo – e SPEED.Pro – il forno a cottura accelerata.

Ad Host Milano 2021 ci sarà la presentazione, in anteprima mondiale, dell'ultimissimo prodotto che abbiamo realizzato. Sarà l'ennesima rivoluzione nel mercato. Ma per avere maggiori dettagli dovrete venirci a trovare in fiera".

UNOX IN PILLOLE

Data di nascita: 1990
Giro d'affari 2020 in mln euro: 139 (Gruppo UNOX)
Parco macchine installato (unità): 500.000 (dal 2014 circa)
Numero dipendenti: 555 (Giugno 21)
Percentuale export: 90%

Tutto sotto controllo

Coniugare produttività, versatilità, risparmio e connettività è un impegno che accomuna tutti i grandi produttori di at-

trezzature per le cucine professionali. Per UNOX l'impegno, in questa direzione si declina non solo sulla ristorazione nella sua accezione più classica ma anche su pasticceria, catering, il mondo dell'hotellerie e della gastronomia.
"*Grazie alla vasta gamma di prodotti*, dice Michelon, *riusciamo a coprire le esigenze di tutti i nostri clienti: dalla piccolissima gastronomia sotto casa ai supermercati, dal laboratorio di pasticceria a conduzioni familiare alle mense scolastiche, dal piccolo bar alle catene di stazioni di servizio*".
I forni della gamma CHEFTOP MIND.Maps™ PLUS ad esempio, sono forni combinati intelligenti in grado di grigliare, friggere, arrostire, rosolare, affumicare, cucinare al vapore e molto altro.
Sono progettati per adattarsi ad ogni cucina garantendo le massime prestazioni in ogni condizione di lavoro e per essere semplici da utilizzare.
"*Negli ultimi anni abbiamo inserito a catalogo anche altre referenze per offrire il prodotto giusto al cliente giusto. Un altro esempio è SPEED.Pro il forno a cottura accelerata che permette a convenience store, bar, food corner all'interno di centro commerciali, stazioni, aeroporti ecc. di gestire i picchi della giornata in maniera eccellente, aumentando anche l'offerta di snack e piatti pronti, grazie all'unione delle caratteristiche di un forno a convezione con quelle di un forno a microonde. Tuttavia, la tecnologia che ci consente più di qualunque altra di garantire risparmio e connettività è il Data Driven Cooking (DDC), che permette di controllare il funzionamento di tutti i propri forni da remoto, in qualsiasi momento, ovunque. Con Data Driven Cooking i forni Unox monitorano e analizzano i consumi di energia, acqua e detergenti, registrano i tempi di cottura e conteggiano i minuti di apertura della porta. Tutto questo si traduce in una serie di informazioni preziose gestibili da pannello di controllo ma anche da smarthone e PC che aiutano ad individuare ogni opportunità di miglioramento ed eliminare ogni spreco*".

In un momento storico delicato e incerto come quello in cui stiamo vivendo, l'interconnessione dei dispositivi e la capacità di programmarli da remoto hanno permesso di facilitare molti clienti nell'adattarsi alle necessità emergenti senza stravolgere i propri processi.
I forni combinati professionali UNOX sono quindi forni intelligenti e connessi che sfruttano precisi sensori e l'intelligenza artificiale per suggerire processi di cottura efficienti e veloci, anche senza la supervisione di chef esperti.
Queste caratteristiche soddisfano i criteri di Impresa 4.0, il programma di incentivi statali per gli imprenditori che vogliono efficientare la propria azienda sul territorio italiano.

Nel futuro ci sarà più delivery

Sulla scia dell'emergenza sanitaria, la ristorazione tradizionale guarda con crescente attenzione alla delivery. Anche UNOX si è interrogata sulle possibili soluzioni da offrire a chi orienterà almeno in parte la propria offerta alla consegna a domicilio continuando però a proporre piatti capaci di riflettere l'identità del ristorante ma che possano essere cotti e mantenuti per ore, senza scendere a compromessi con la qualità. Il problema dunque è quello di studiare un processo che assicuri un buon risultato, in tempi rapidi ma senza generare ulteriore lavoro. Mantenere un cibo a temperatura di servizio, poi, non è sempre facile, ed è un'operazione che impatta sensibilmente sulla qualità del cibo.
"*Non tutti i cibi possono essere mantenuti a caldo*, dice Michelon, *ma soprattutto, fino a qualche tempo fa, non esisteva nessun mantenitore che fosse in grado di gestire non solo la temperatura, ma anche la percentuale di umidità. Oggi esiste EVEREO™, il primo frigo caldo al mondo in grado di sfruttare la rivoluzionaria tecnologia di conservazione a temperatura di servizio per mantenere cibi cotti caldi e pronti al servizio per giorni. Un paio di esempi? Frittura di pesce croccante, fragrante fuori e morbida all'interno che rimane perfetta per 2 ore. Succulente braciole di maiale grigliate, perfettamente calde e gustose per 4 ore. Tortino al cioccolato con cuore morbido che rimane caldo, sano e pronto da servire per 36 ore.
EVEREO™ in funzione al business e al processo in cui viene inserito, offre diverse modalità di utilizzo, per soddisfare ogni necessità. Per poter conservare anche il gusto e gli aromi senza raffreddare il cibo, UNOX ha creato MULTI.Day Hot Vacuum, la prima apparecchiatura professionale al mondo in grado di gestire processi di messa sottovuoto con cibo ancora caldo. Grazie a questa innovazione Unox ha ottenuto il prestigioso Kitchen Innovation Award 2021*".
Negli anni Unox si è messa in evidenza anche per la Customer Experience riservata ai propri clienti prima, durante e dopo l'acquisto.
"*Se l'attenzione che rivolgiamo ai nostri potenziali clienti è alta, quella che riserviamo ai nostri clienti è ancora più alta, dalla formazione sui prodotti appena dopo la vendita, alla possibilità di connettere i forni a internet per accedere a un mondo di servizi.
Immediatamente dopo l'acquisto Unox offre Top.Training, un servizio di formazione gratuito che permette di sfruttare le potenzialità del forno UNOX al 100% sin dai primissimi giorni dopo l'installazione. I nostri Active marketing Chef sono a disposizione per illustrare tutte le funzionalità del forno acquistato*".

NICOLA MICHELON, CEO di Unox

Un setting strategico
per salute ripresa e resilienza

Il ritorno a scuola in presenza, in un contesto di convivenza col virus, diventa occasione per rivedere l'offerta della ristorazione scolastica e per conciliare salute, ambiente ed economia

di Emilia Guberti

Con il dossier "*Public Food Procurement and Service Policies for a Healthy Diet*" l'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) ha sottolineato l'importanza dell'approvvigionamento di cibo sano all'interno dei servizi pubblici e proposto un piano d'azione per lo sviluppo, l'attuazione e la valutazione di politiche e servizi alimentari pubblici per rifornire ospedali, mense scolastiche, istituzioni pubbliche e strutture correttive. La ristorazione collettiva e pubblica può svolgere un ruolo chiave nel garantire alle persone cibo sano, soprattutto alle fasce di popolazione più vulnerabili seguendo alcune linee guida generali, tra cui limitare il consumo di sale e garantire che sia iodato; limitare l'assunzione di zuccheri liberi; spostare il consumo dai grassi saturi ai grassi insaturi; eliminare i grassi trans

prodotti industrialmente; aumentare il consumo di cereali integrali, frutta e verdura e garantire acqua potabile e sicura. Le raccomandazioni per trasformare il modo in cui si produce e si consuma il cibo avranno effetti positivi sul raggiungimento degli Obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda ONU 2030 e, in particolare, aiuteranno a porre fine alla malnutrizione (SDG 2), promuovere la salute e il benessere (SDG 3) e diffondere pratiche di appalti pubblici sostenibili (SDG 12) entro il 2030.
L'impegno promosso dal dossier Oms appare tanto più cogente se si considera che ad aprile 2020, quasi 1,6 miliardi di bambini e giovani non andavano a scuola a causa della pandemia e quasi 369 milioni di bambini che fanno affidamento sui pasti scolastici sono stati costretti a trovare cibo altrove.
La ristorazione collettiva ed in particolare quella scolastica resta, dunque, una potente leva per il supporto sociale e lo sviluppo economico rendendo disponibile un pasto sano per fasce di popolazione più fragili a partire da bambini di famiglie in difficoltà che nell'anno della pandemia, anche nel nostro Paese, sono aumentate considerevolmente.
Ben venga dunque la possibilità di finanziare un migliaio di nuove mense attraverso il Piano nazionale di ripresa e resilienza, a condizione che siano accompagnate da interventi che ne consentano nel tempo il mantenimento della sostenibilità gestionale.
L'importanza del contesto scolastico e della mensa scolastica in particolare viene sottolineata dal Piano Nazionale della Prevenzione 2020-2025 che al *setting* scolastico dedica un programma "*Scuole che promuovono salute*" nell'ambito del primo macro obiettivo: la prevenzione delle malattie croniche.
La SItI, che già a luglio 2020 aveva proposto una linea di indirizzo per far fronte alle problematiche poste in mensa dal contesto pandemico, in previsione del tanto auspicato ritorno a scuola in presenza, lo scorso 18 giugno ha organizzato un webinar che ha messo a confronto rappresentanti del Ministero della Salute, Regioni, Ristorazione, SIAN dei Dipartimenti di Prevenzione, Società scientifiche, per trovare soluzioni idonee a conciliare salute, ambiente ed economia. Ne è scaturito un *position paper* che è stato presentato in occasione del 53° Congresso straordinario SItI *On Air* lo scorso 16 luglio. Di seguito sono riportati i principali contenuti.

POSITION PAPER SULLA RISTORAZIONE SCOLASTICA

(*a cura del Gruppo di lavoro Alimenti e Nutrizione SitI - PREMESSA*)

Con la riapertura delle scuole di ogni ordine e grado, a seguito della collocazione di tutte le regioni italiane in "zona bianca" rispetto alla pandemia Covid19, è ripresa anche la ristorazione scolastica. In un momento in cui l'emergenza sanitaria non è ancora conclusa, la ristorazione collettiva di servizio in generale, e quella scolastica in particolare, rappresenta potenzialmente una delle risposte più efficaci al bisogno di garantire pasti sani, sicuri e bilanciati e alla necessità di sostenere le filiere agroalimentari, in ciò adempiendo a un doppio scopo: combattere le diseguaglianze nell'accesso al cibo e consentire la ripresa economica per un settore - quello della ristorazione collettiva - che ha vissuto l'emergenza pandemica con una forte contrazione della domanda e dell'offerta.
L'esperienza di oltre un anno dall'inizio della pandemia ha evidenziato criticità di tipo gestionale ed economico il cui superamento appare indispensabile per garantire il mantenimento di un servizio essenziale nell'ambito del contesto scolastico.
La SItI, col suo gruppo di lavoro Alimenti e Nutrizione, in questa fase di ricostruzione dei servizi educativi si è posta a confronto con i diversi *stakeholders* nello studio, valutazione ed individuazione di soluzioni e modelli in grado di garantire le necessarie condizioni igieniche atte a prevenire la diffusione del SARS-Cov-2, unitamente alla necessità di assicurare un'alimentazione equilibrata sotto il profilo nutrizionale, in grado di sostenere anche le fasce più deboli a maggior rischio di povertà, assicurando *food safety* di concerto con *food security*.
La SItI ha perseguito tale obiettivo creando occasioni di confronto con i vari por-

tatori di interesse: Ministero della Salute, ANCI, Ristorazione, Servizi Igiene Alimenti e Nutrizione (SIAN) dei Dipartimenti di Prevenzione, Società scientifiche per reperire e progettare soluzioni idonee a conciliare salute umana, ambientale ed economica.

Il presente *Position Paper* nasce dall'esame dei principali documenti nazionali ed internazionali sul tema e dal confronto coi vari portatori di interesse.

Il Report on the fourth round of data collection, 2015–2017 (2021) - WHO European Childhood Obesity Surveillance Initiative (COSI), con l'Italia ai primi posti in Europa, pone con forza la necessità di intervenire per contrastare l'eccesso ponderale nei bambini e sottolinea come, dal punto di vista delle policy, fra le aree di azione più promettenti per aiutare a prevenire obesità e sovrappeso tra i bambini nella regione europea dell'OMS vi siano gli interventi a scuola per promuovere diete sane e attività fisica, e che tali interventi aiutano a garantire le migliori condizioni di accesso a cibi sani e ambienti che incoraggiano il movimento per bambini di qualsiasi estrazione sociale.

Il contesto

Ad aprile 2020, quasi 1,6 miliardi di bambini e giovani non poteva frequentare la scuola a causa della pandemia e quasi 369 milioni di bambini meno abbienti, che di norma fanno affidamento sui pasti scolastici come principale momento alimentare della giornata, sono stati costretti a trovare cibo altrove.

Sistemi alimentari sostenibili sono infatti proprio quelli che possono consentire a tutti gli studenti di seguire una dieta sana ed equilibrata, fondamentale per il successo scolastico, e che si sono bruscamente interrotti durante la prima e la seconda ondata pandemica. Lo ricordano OMS, UNICEF, FAO e Commissione Europea, che sin dall'esordio dell'evento pandemico hanno evidenziato la minaccia in atto per la Food security dei più vulnerabili e per le ricadute economiche sfavorevoli per l'intera filiera produttiva e distributiva.

La ristorazione collettiva ed in particolare quella scolastica resta una potente leva per il supporto sociale e lo sviluppo economico rendendo disponibile un pasto sano per fasce di popolazione più fragili: proprio nel corso del 2020 e nella prima parte del 2021, il numero di bambini di famiglie in difficoltà economica e – conseguentemente – alimentare è cresciuto considerevolmente. Lo evidenzia chiaramente il rapporto Istat dello scorso giugno sulla povertà in Italia che, dopo il miglioramento registrato nel 2019, rileva un aumento della povertà assoluta che raggiunge il valore più alto dal 2005. Peggiora la condizione delle famiglie con figli. Nel 2020 si ritrovano in condizioni di povertà assoluta poco più di due milioni di famiglie (il 7,7% del totale, in crescita dal 6,4% del 2019) e oltre 5,6 milioni di individui (passati dal 7,7% al 9,4%) di cui 1,3 milioni di minori. La probabilità di vivere in una condizione di indigenza per i minorenni è passata dal 11,4% al 13,5%. Inoltre le famiglie sotto la soglia, in condizione di povertà relativa, superano di poco i 2,6 milioni. Ne consegue che:

1. La scuola esercita la sua **funzione educativa** anche attraverso la **ristorazione scolastica** che rappresenta il luogo privilegiato per l'**educazione alimentare**.
2. L'offerta alimentare in ambito scolastico (**mensa scolastica**) è un importante **determinante di salute** che influenza le scelte alimentari e l'adozione di **sane abitudini alimentari** nei bambini e nei ragazzi, in particolare in termini di **risultati durevoli, attraverso l'acquisizione di abitudini appropriate che li renderanno cittadini alimentari consapevoli nella loro maggiore età**.
3. L'accesso a sani alimenti nella scuola contribuisce a **ridurre le iniquità sociali**, consentendo a bambini ed adolescenti con poche risorse economiche di migliorare lo stile alimentare.
4. Va perseguito l'obiettivo di **garantire la mensa scolastica a tutti i ragazzi**.
5. Va perseguita la realizzazione di **nuove mense** scolastiche in modo da garantire la copertura sull'**intero territorio nazionale** anche attraverso il superamento della mancanza di obbligatorietà dell'erogazione del servizio mensa da parte delle municipalità.
6. Va garantito il **pasto gratuito o a prezzi** ridotti per i ragazzi delle famiglie in condizioni di **difficoltà economica** prevedendo a tal fine un adeguato supporto economico.
7. Ciascun **Piano Regionale della Prevenzione 2020-25** deve dare piena attuazione al Piano Nazionale della Prevenzione (PNP) 2020 – 25 che individua nella **scuola** un **setting strategico** per promuovere la **salute**.
8. L'obiettivo della **ristorazione scolastica** va oltre il semplice sostentamento alimentare, ma è in grado, se opportunamente supportato dagli educatori, di **promuovere comportamenti alimen-**

tari idonei al miglioramento dello stato di **salute**, favorendo la **crescita culturale** e la **socializzazione** fra alunni di diversa provenienza per tradizioni, etnia, condizioni sociali.

9. I menù scolastici, predisposti da professionisti esperti ed attenti alla salute dei ragazzi, **vanno costruiti tenendo conto dei fabbisogni energetici e nutrizionali** (LARN-2014) e delle **Linee Guida per una sana alimentazione italiana** (CREA Nut 2018). Il pasto fornito dalla mensa scolastica deve dare le necessarie garanzie di **sicurezza alimentare e nutrizionale** fornendo pasti equilibrati ed una copertura energetica pari al 35-40% del fabbisogno giornaliero. (linee Guida CREA Nut 2018)

10. Inoltre, per assicurare una più **ampia varietà dei cibi** proposti i menù devono prevedere una **rotazione di 4-5 settimane** ed essere diversi per il periodo **autunno-inverno e primavera estate**, ponendo la giusta attenzione alla **stagionalità** degli alimenti proposti.

11. **La sostenibilità della mensa** scolastica va perseguita attraverso un'offerta alimentare che combini **effetti protettivi per la salute e ridotto impatto ambientale**: è la proposta che la Commissione *Eat Lancet* avanza (*planetary health diet*) e che, a livello nazionale, possiamo tradurre e "avvicinare" nella piena adozione della dieta mediterranea, che coniuga aspetti salutistici con sostenibilità ambientale; la sostenibilità deve prevedere anche una dimensione economica, ferma restando la **garanzia della food safety e food security**.

Va, inoltre, contenuto il più possibile lo spreco alimentare e la produzione di rifiuti attraverso il monitoraggio degli alimenti non consumati - che dovrebbe permettere di rivedere offerta alimentare e porzioni alla luce di quello che viene effettivamente consumato - e la limitazione dell'impiego di materiali a perdere in coerenza con le disposizioni nazionali ed europee ed in coerenza con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda ONU 2030.

I Servizi di Igiene Alimenti e Nutrizione (SIAN), unitamente ai Servizi Veterinari dei Dipartimenti di Prevenzione sono infatti impegnati ad assicurare gli interventi a garanzia della sicurezza alimentare (E. Sicurezza alimentare - Tutela della salute dei consumatori di cui all'allegato I Prevenzione Collettiva e Sanità Pubblica del DPCM 2017) che si aggiungono a quelli messi in atto dai gestori dell'attività di ristorazione in autocontrollo.

Va inoltre rilevata l'importanza di Laboratori di sanità pubblica a supporto dell'attività di controllo. Inoltre i SIAN hanno fra i loro compiti istituzionali la "*Promozione e attuazione di programmi finalizzati ad incoraggiare l'adozione di corrette abitudini alimentari in ambiente scolastico*" (Punto F - Tutela della salute dei consumatori di cui all'allegato I Prevenzione Collettiva e Sanità Pubblica del DPCM 2017) in condivisione con Istituzioni educative, enti locali, servizi di ristorazione, pediatri di libera scelta. Per farlo sono impegnati a: valutare l'adeguatezza nutrizionale dei menù offerti anche in relazione ad esigenze dietetiche specifiche; supportare enti ed istituzioni nella predisposizione dei menu della ristorazione collettiva; intervenire sui capitolati d'appalto per migliorare la qualità nutrizionale; realizzare campagne informativo-educative e counseling sulla corretta alimentazione; attivare programmi intersettoriali per la prevenzione dei fattori di rischio correlati all'alimentazione e più in generale agli stili di vita.

Il webinar SItI dello scorso 18 giugno è stata inoltre l'occasione per presentare in anteprima le **nuove Linee Guida per la ristorazione collettiva** della Regione Friuli Venezia Giulia recentemente approvate e reperibili a questa URL: http://mtom.regione.fvg.it/storage//2021_1256/Allegato%201%20alla%20Delibera%201256-2021.pdf

Lavaggio: dalle stoviglie ai tessuti

La spinta tecnologica, l'efficienza e la produttività delle moderne attrezzature per le lavanderie professionali hanno nell'insieme attutito l'impatto dell'emergenza sanitaria su questo segmento industriale

di C. Lovisatti

Negli anni '70 dal 14 al 25 aprile c'era l'ineludibile appuntamento con la Fiera Campionaria di Milano, vetrina di un'Italia positiva ed in pieno sviluppo che vedeva la presenza di tutti quei settori industriali che poi sarebbero stati trainanti per il futuro del nostro Paese.
Tra i suoi padiglioni uno era dedicato al mondo delle attrezzature professionali di cucina ed uno alle attrezzature per il lavaggio dei tessuti. Sono passati cinquant'anni ed il nostro Paese ha conquistato una leadership indiscussa a livello mondiale nel mondo delle attrezzature di cucina ed un ruolo industriale di rilievo tra i paesi produttori di macchine per il lavaggio ed il trattamento della biancheria. Tutto, o quasi, è cambiato in questi anni: completamente diversa la struttura delle macchine, tramontata l'esigenza di realizzare strutture murarie specifiche per reggere le sollecitazioni, archiviata la necessità di un presidio costante degli impianti. Complessità e costi

che hanno spesso ostacolato la diffusione di questi prodotti in molte strutture, in particolare nel settore dell'ospitalità e della ristorazione. Anche le attrezzature di lavanderia, ed in particolare le lava centrifughe, macchine ovviamente chiave del sistema, hanno avuto modo in questi anni di fare proprio il tumultuoso sviluppo tecnologico della meccanica e dell'elettronica applicata. Di pari passo abbiamo assistito alla crescita delle esigenze di tipologie di lavaggi sempre più complessi e personalizzati oltre ad un significativo cambiamento della

domanda sotto molte angolazioni, sicuramente la prima delle quali è la tutela dell'ambiente seguita da quella della salute, in particolare in chiave igienica. Questo spiega perché la grande crisi che si è abbattuta in quest'ultimo anno su gran parte dei settori industriali, e con particolare virulenza su quello della ricettività e della ristorazione, abbia nel complesso colpito limitatamente questo comparto industriale. Ma prima di analizzare i comportamenti dei diversi segmenti di mercato serviti dalle lavanderie professionali, credo sia interessante focalizzare l'attenzione sulle più recenti evoluzioni tecnologiche di queste attrezzature. Cinque sono le aree dove può essere interessante porre l'attenzione:
- Sostenibilità
- Igiene
- Connettività
- Affidabilità e sevizi post vendita
- Ergonomia e sicurezza

Sostenibilità

Termine tanto complesso quanto, purtroppo, inflazionato. Per l'impresa manifatturiera sostenibilità vuol dire un impegno che spesso travalica la pura gestione del business per proporsi anche, e talvolta soprattutto, in chiave etica. In concreto diviene una visione che si propone la salvaguardia dell' ambiente e delle persone che va dalla struttura della fabbrica alla gestione dei fornitori sino alla progettazione del prodotto, alla sua produzione ed al suo ciclo di vita sino alla ritrasformazione in materie prime. Ovviamente non tutti gli anelli di questa catena possono essere riconducibili a prassi specifiche per cui nel momento della scelta del prodotto solo alcuni momenti trovano riscontro normativo. In particolare, da sottolineare a questo proposito la norma UNI EN ISO 14001 che consente la certificazione ecologica della struttura produttiva e garantisce quindi la presenza e l'utilizzo di procedure specifiche che garantiscano il minor impatto ambientale possibile.

UNI EN ISO 14001

La norma specifica i requisiti di un sistema di gestione ambientale che un'organizzazione può utilizzare per sviluppare le proprie prestazioni ambientali. La norma è destinata ad un'organizzazione che desidera gestire le proprie responsabilità ambientali in un modo sistematico che contribuisce al pilastro ambientale della sostenibilità. La norma aiuta un'organizzazione a raggiungere gli esiti attesi dal proprio sistema di gestione ambientale, che forniscono valore aggiunto per l'ambiente, per l'organizzazione stessa e per le parti interessate. Coerentemente con la politica ambientale dell'organizzazione, gli esiti attesi di un sistema di gestione ambientale comprendono: - il raggiungimento delle prestazioni ambientali; - l'adempimento degli obblighi di conformità; - il raggiungimento degli obiettivi ambientali. La norma può essere utilizzata, in tutto o in parte, per migliorare in modo sistematico la gestione ambientale.
L'altra area di particolare interesse e sulla quale sarà sicuramente opportuno porre specifica attenzione nella fase di scelta nell'acquisto è quella legata ai consumi: Energia elettrica, acqua e detergenti rappresentano una rilevante componente del costo operativo di un impianto di lavanderia. Il tema è stato oggetto di un significativo impegno da parte dai produttori ed oggi le macchine offerte al mercato garantiscono consumi notevolmente ridotti rispetto al passato. Per offrire comunque uno strumento il più possibile oggettivo di valutazione di queste prestazioni Efcem Italia ha promosso con le Aziende produttrici di macchine per il lavaggio dei tessuti che fanno capo all'associazione - Electrolux Professional S.p.A, Grandimpianti I.L.E. Ali S.r.l. a Socio Unico, Imesa S.p.A, Miele Italia S.p.A, Whirlpool Italia S.r.l. - un progetto che condurrà in tempi brevi alla definizione dei parametri per l'etichettatura energetica delle macchine lava centrifughe analogamente a quanto già presente nel mondo delle attrezzature domestiche, seppur con le profonde differenze di esigenze, utilizzo e prestazioni tra le macchine professionali e quelle destinate all'uso domestico.

EFCEM ITALIA

EFCEM Italia è l'Associazione Confindustriale che, in seno ad APPLiA Italia, riunisce le imprese del settore professionale per ristorazione e ospitalità rappresentando i comparti della cottura, lavaggio e refrigerazione per tutte le linee di prodotto che vanno dalla conservazione degli alimenti alla loro lavorazione, alla cottura ed alla loro distribuzione, al lavaggio delle stoviglie ed al lavaggio e trattamento della biancheria. Un comparto industriale per l'Ho.Re.Ca. che vede l'Italia leader mondiale con un fatturato che supera i 5 miliardi di euro l'anno. L'Associazione rappresenta il settore italiano nell'ambito di EFCEM - European Federation of Catering Equipment Manufacturers.

Igiene

La ragion d'essere di un impianto di lavaggio e trattamento tessuti è ovviamente quello di garantire il corretto lavaggio ed igienizzazione dei tessuti e della biancheria. Ciò tuttavia deve essere ottenuto garantendo per ogni necessità il corretto equilibrio tra costi, tempi e risultato atteso. Uno degli elementi importanti da valutare in fase d'acquisto è quindi la possibilità di adattamento dei cicli di lavaggio alla variazione anche imprevista delle esigenze. Tema divenuto di forte attualità in occasione della recente crisi che ha imposto un innalzamento immediato dei livelli di sicurezza igienica e la necessità, spesso, di creare cicli specifici per l'eliminazione di virus e batteri dai tessuti lavati. Interventi oggi resi possibili anche on line, come avremo modo di analizzare più avanti.

Connettività

La connettività è certamente una delle più importanti innovazioni che la tecnologia ha offerto al mondo delle attrezzature. Consente di collegare tramite una rete informatica:
- le attrezzature tra loro
- le attrezzature a dispositivi esterni di monitoraggio, comando e controllo
- le attrezzature alla casa produttrice
- Le attrezzature a centri di service esterni

La interconnessione tra attrezzature dello stesso impianto garantisce la possibilità, ad esempio, di operare con più macchine in sequenza temporale o di evitare che si creino costosi e difficilmente gestibili picchi di assorbimento energetico; Il collegamento con dispositivi esterni di comando e controllo garantisce la possibilità di gestire l'intero impianto tramite pc o smartphone riducendo alle sole fasi di carico, scarico e stiratura la presenza di personale; la possibilità di creare connessioni temporanee con la casa produttrice o i suoi punti vendita consente di caricare sulle macchine eventuali nuovi programmi o nuove funzionalità mantenendo così la macchina al massimo livello di aggiornamento. L'interconnessione con il centro di servizi post vendita scelto dall'utente consente un monitoraggio costante della efficienza delle macchine, l'intervento mirato in caso di problematiche tecniche, l'eventuale riordino automatico del detergenti prima dell'esaurimento. La connettività modifica radicalmente le modalità di utilizzo delle macchine ma cambia in maniera significativa anche il ruolo dei centri di assistenza tecnica ed in parte significativa anche la visione delle industrie produttrici che, se sino a tempi recenti potevano "dimenticare" il prodotto dopo la sua immissione sul mercato, domani saranno chiamate a mantenere un contatto costante con il parco installato ben oltre gli ormai banali periodi di garanzia. Certamente un cambio culturale ed operativo non banale. In questa chiave il tema della connettività diverrà uno dei parametri fondamentali di valutazione nella scelta d'acquisto.

Affidabilità - servizi post vendita

Risulta chiaro, nel quadro che abbiamo sopra delineato, quanto il tema dell'affidabilità diventi uno dei passaggi cruciali nella scelta del prodotto. Manca ancora una specifica normativa che possa fornire elementi oggettivi di valutazione anche se si sta iniziando a lavorare in questo senso.
Certamente esperienze dirette e informazioni deducibili dalla rete possono fornire un orientamento anche se la chiave è poter integrare l'acquisto con adeguati contratti di servizio ed estensioni della garanzia. La qualificazione del centro servizi tecnici che affiancherà il prodotto durante la sua vita può divenire quindi fattore discriminante.

Ergonomia e sicurezza

Cocludiamo questa parte tecnica con due temi che spesso si intersecano è sicuramente meritano attenzione nel momento della scelta d'acquisto. L'ergonomia in questo mondo si declina prevalentemente su altezze e diametri delle bocche di carico per le lava centrifughe ed i mangani ma ancor di più per la posizione di lavoro ed i dispositivi di aggancio per stiratrici e mangani. Tutte le macchine infine, sotto il profilo della sicurezza, devono rispettare i dettami della "Direttiva macchine" tramite la norma generale di sicurezza EN IEC 60335-1, specifiche seconde parti e non solo: EN IEC 60335-2-43 per gli apparecchi per l'asciugatura dei tessuti e per gli asciugasalviette, EN IEC 60335-2- 44 per macchine per stirare elettriche, EN 50570 per le asciugatrici professionali e la EN 50571 per le lavatrici commerciali.

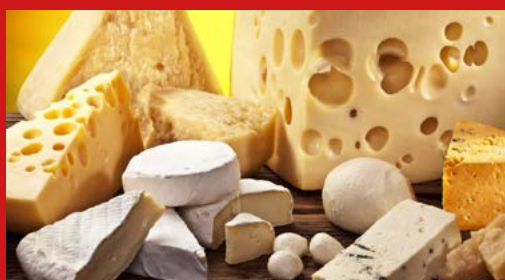
Il mercato Italiano

Completiamo questa rapida carrellata con qualche nota sul mercato italiano del settore. Impianti o macchine per il lavaggio tessuti sono presenti, secondo una ricerca realizzata in una fase pre crisi dallo studio IXE' per Efcem Italia, in circa il 15 % dei ristoranti italiani. Li possiamo viceversa trovare, anche se non sempre con piena operatività, nella maggior parte delle strutture ricettive. L'anzianità media del parco installato è piuttosto elevata 7-8 anni ed oltre. La crisi ha comportato un forte rallentamento nelle attività di rinnovo con una caduta dei volumi di poco inferiore al 40%. Molto diverso è stato l'andamento di altri comparti, strategici per l'industria del settore: ospedali e cliniche così come in generale enti ed in generale il settore medicale hanno immediatamente puntato su un aggiornamento tecnologico per dare una risposta strutturata alle nuove esigenze con una conseguente crescita significativa della domanda. Analoghi andamenti sono stati registrati nel mondo del self service mentre hanno evidenziato difficolta tutti i comparti in qualche modo legati alla filiera elle ristorazione e del tempo libero. Dall'indagine congiunturale trimestrale condotta da Efcem Italia per il monitoraggio della crisi, si evidenzia infine un significativo rafforzamento del mercato in tutte le sue componenti a partire dal secondo trimestre del 2021. Una più dettagliata analisi della situazione sarà presentata ad ottobre in occasione della prossima edizione di Host. Appuntamento quindi alla Food Technology Lounge, padiglione 2 dal 22 al 26 ottobre.

LA BORSA DEI BIOLOGICI

Un aiuto concreto per le pubbliche amministrazioni e le aziende che, con l'introduzione obbligatoria dei prodotti biologici nei menu delle mense scolastiche e degli ospedali, ne devono stimare e prevedere i costi

di Roberto Giannone

La stagione estiva con la sua abbondanza ci offre piacevoli sorprese. Così i prezzi dei prodotti più soggetti a fluttuazioni ovvero i prodotti ortofrutticoli freschi, presentano una generalizzata diminuzione di costo, anche se in molti casi di lieve entità, dovuti all'aumento dell'offerta dei numerosi prodotti di stagione.
Tra i prodotti orticoli che subiscono un calo di prezzo vi sono le carote novelle, il cavolo broccolo e il cavolo cappuccio, la cicoria catalogna e il gruppo delle cipolle, le erbette, i fagiolini alla rinfusa, la lattuga nelle varietà Cappuccia e Romana, la rucola, le melanzane nelle diverse varietà, il pomodoro a grappolo e il pomodoro insalataro, il sedano verde e le zucchine.
Tra i prodotti che subiscono aumenti troviamo la bietola da costa, il cavolfiore, le cipolle rosse, i finocchi, l'indivia scarola, la lattuga nelle varietà Gentile e Canasta, i peperoni nei diversi colori, i pomodori nelle varietà Cherry e datterino. In aumento anche i prezzi del radicchio pan di zucchero e del radicchio tondo, degli spinaci e della zucca gialla.
Per quanto riguarda il comparto frutticoli si registra un andamento alquanto stabile, tra i pochi prodotti che subiscono un aumento del costo vi sono i limoni, le mele Golden e le Royal Gala, le pere nelle varietà Conference e Kaiser ed infine i pompelmi.
Tra i prodotti che registrano una diminuzione di prezzo vi sono l'ananas e le banane, le pere Abate, l'uva bianca e l'uva nera da tavola.
Altre variazioni interessano il comparto dei latticini nel quale si registra ancora un calo di prezzo per il burro e lo stracchino e per la ricotta vaccina. Si segnala infine nel settore delle carni l'aumento di prezzo della carne di tacchina.
Per quanto riguarda le percentuali di scostamento tra i prodotti bio e i prodotti convenzionali, escludendo quelle che restano stabili, si registra una leggerissima predominanza delle percentuali in diminuzione.

METODO DI RILEVAZIONE

I prezzi medi dei prodotti biologici (iva esclusa) che vengono riportati, rilevati da Ristorando, sono il risultato dell'elaborazione di una serie di dati raccolti presso diverse fonti, quali i ribassi praticati dalle ditte nelle gare di appalto, i prezzi di acquisto forniti da aziende di ristorazione, i valori indicati nelle colonne prevalenti dei mercuriali di quei pochi mercati ortofrutticoli che li forniscono, i prezzi indicati dalle aziende produttrici o di trasformazione e altre fonti che consultiamo di volta in volta. Dall'elaborazione di tutti questi dati viene ricavato un prezzo medio per ciascun prodotto che a sua volta viene confrontato con il prezzo medio del corrispondente prodotto convenzionale riportato dalle fonti ufficiali, ovverosia dai mercuriali dei maggiori mercati ortofrutticoli italiani, dai listini di alcune camere di commercio e dalle percentuali di sconto praticate dalle ditte nelle gare di appalto per la gestione dei servizi di ristorazione, ed infine dalla media dei prezzi Consip e dalla media dei prezzi riportati dall'Osservatorio dei Prezzi del Ministero dello Sviluppo Economico.
Dal confronto dei prezzi così ottenuti, viene ricavata la percentuale di scostamento tra le due tipologie di prodotti. I prezzi riportati non hanno un valore assoluto ma sono indicativi della tendenza del mercato nel settore della ristorazione collettiva.

Al fine di rendere più immediatamente leggibile la tabella viene fornita la seguente legenda:
Prov. = provenienza
N = nazionale
I = Italia
E = Estero
Conf. = Tipo di confezione
u/m = unità di misura
p.m. = prezzo medio dei prodotti bio al kg o al litro
% = variazioni in più o in meno dei prodotti biologici rispetto ai corrispondenti prodotti convenzionali
n.r. Non rilevato per non reperibilità del prodotto convenzionale corrispondente

ORTICOLI FRESCHI

Prodotti	prov.	Confezione	u/m	p.m	%
Aglio bianco secco	E	In sacchi	kg	4,97	58,72
Anguria	N	In casse	kg	0,36	23,43
Basilico	N	In mazzi	kg	5,13	54,00
Bietola a costa	N	In casse	kg	1,21	54,47
Carote alla rinfusa	N	In casse	kg	1,38	40,92
Cavolfiore	N	In casse	kg	1,38	19,94
Cavolo broccolo	N	In casse	kg	1,37	24,24
Cavolo cappuccio bianco	N	In casse	kg	1,37	27,84
Cicoria catalogna	N	In casse	kg	0,94	19,83
Cipolle bianche	N	In casse	kg	0,87	32,41
Cipolle dorate	N	In casse	kg	1,00	27,06
Cipolle rosse tonde	E	In casse	kg	1,01	32,41
Cipollotti	N	In casse	kg	1,00	45,50
Erbette e odori	N	In casse	kg	1,60	14,20
Fagiolini alla rinfusa	N	In casse	kg	2,10	15,16
Finocchi	N	In casse	kg	1,30	18,00
Indivia scarola	N	In casse	kg	1,55	12,59
Lattuga Canasta	N	In casse	kg	1,75	37,80
Lattuga Cappuccia	N	In casse	kg	1,82	31,01
Lattuga Gentile	N	In casse	kg	1,76	40,40
Lattuga Romana	N	In casse	kg	1,88	33,25
Lattuga Trocadero	N	In casse	kg	1,81	24,20
Melanzane	N	In casse	kg	1,50	18,68
Patate novelle	N	In casse	kg	1,12	35,35
Patate pasta bianca	N	In casse	kg	0,86	30,38
Patate pasta gialla	N	In casse	kg	0,86	37,33
Peperoni	N	In casse	kg	2,43	38,10
Pomodori datterino	N	In casse	kg	2,21	34,62
Pomodorini cherry	N	In casse	kg	2,71	33,06
Pomodoro grappolo	N	In casse	kg	1,91	25,96
Pomodoro insalataro	N	In casse	kg	2,05	33,95
Porri	N	In casse	kg	1,48	27,34
Prezzemolo	N	In casse	kg	6,80	38,25
Radicchio Pan di Zucchero	N	In casse	kg	1,42	25,81
Radicchio tondo	N	In casse	kg	2,34	48,00
Rucola	N	In mazzi	kg	2,67	20,66
Sedano verde	N	In casse	kg	1,32	39,33
Spinaci	N	In casse	kg	1,54	18,59
Zucca gialla	E	In casse	kg	1,30	48,57
Zucchine medie	N	In casse	kg	1,85	24,30

FRUTTICOLI FRESCHI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Ananas	E	In cartoni	kg	1,83	41,29
Banane	E	In cartoni	kg	1,57	36,76
Banane "equosolidali"	E	In cartoni	kg	1,95	n.r
Kiwi	E	In casse	kg	2,01	32,71
Limoni primo fiore	N	In casse	kg	1,52	45,44
Mandarini	N	In casse	kg	1,09	23,58
Mele Golden 70/80	N	In casse	kg	1,46	34,31
Mele Royal Gala	N	In casse	kg	1,45	32,30
Mele Stark Delicious	N	In casse	kg	1,64	45,93
Meloni retati	N	In casse	kg	1,59	35,46
Noci in guscio	N	In sacchi	kg	5,38	35,05
Pesche nettarine	N	In casse	kg	1,57	33,62
Pesche pasta gialla	N	In casse	kg	1,35	28,29
Pesche pasta bianca		in casse	kg	1,35	15,43

FRUTTICOLI FRESCHI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Pere Abate	E	In casse	kg	1,61	31,29
Pere Conference	N	In casse	kg	1,84	33,82
Pere Kaiser	E	In casse	kg	1,58	19,62
Pompelmi	E	In casse monostrato	kg	1,36	23,64
Susine	N	In casse	kg	1,52	21,33
Uva bianca da tavola	E	In plateaux	kg	1,80	18,03
Uva nera da tavola	E	In plateaux	kg	1,95	34,98

ORTAGGI SURGELATI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Carote cubetti	N	Sacchetto	kg	1,49	41,90
Carote disco	N	Sacchetto	kg	1,46	50,31
Fagiolini	N	Sacchetto	kg	1,57	38,40
Minestrone 12 verdure	N	Sacchetto	kg	1,56	38,54
Patate cubetti	N	Sacchetto	kg	1,42	38,21
Piselli fini	N	Sacchetto	kg	1,65	23,07
Spinaci	N	Sacchetto	kg	1,49	44,47
Zucchine disco	N	Sacchetto	kg	1,54	36,88

LATTICINI E DERIVATI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Burro	N	Carta	kg	3,58	30,78
Crescenza Dop	N	Sottovuoto	kg	7,21	51,53
Fontal	N	Sottovuoto	kg	8,35	44,38
Grana Padano	N	Sottovuoto	kg	9,06	30,00
Latte intero	N	Tetrabrick	l	1,19	31,53
Latte UHT intero	N	Tetrabrick	l	0,96	33,56
Latte UHT parz. scremato	N	Tetrabrick	l	0,97	61,13
Latte UHT scremato	N	Tetrabrick	l	0,89	59,29
Mozzarella	N	Sacchetto	kg	6,62	37,90
Mozzarella per pizza		Sacchetto	kg	6,96	45,11
Parmigiano Reggiano	N	Sottovuoto	kg	11,02	18,97
Primo sale	N	Sottovuoto	kg	7,18	24,42
Ricotta vaccina	N	Vaschetta 1,5 kg	kg	4,57	12,83
Robiola	N	Sottovuoto	kg	5,41	27,56
Stracchino	N	Sottovuoto	kg	7,08	22,90
Taleggio	N	Sottovuoto	kg	5,41	27,56
Yogurt frutta	N	Vasetto (125 g x8)	Kg	4,97	10,64
Yogurt magro/intero	N	Vasetto (125 g x8)	kg	4,77	13,49

UOVA E DERIVATI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Misto uovo pastorizzato	N	Tetrabrick	kg	3,13	46,32
Uova cat.A	N	Cartone	pz	0,15	34,50

SALUMI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Prosciutto cotto	N	Sottovuoto	kg	11,74	32,43
Prosciutto crudo senza osso	N	Sottovuoto	kg	14,38	28,03
Salame tipo felino	N	Sottovuoto	kg	9,71	21,72

CARNI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Braciola suino	N	Sottovuoto	Kg	7,07	39,66
Cosce di pollo	E	Sottovuoto	Kg	5,17	47,81
Coscia di tacchina	E	Sottovuoto	Kg	5,07	32,15
Fesa bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,30	41,79
Fesa di tacchina intera	E	Sottovuoto	Kg	8,99	37,93
Fusi di pollo	E	Sottovuoto	Kg	6,09	36,83
Girello bovino adulto	E	Sottovuoto	Kg	9,30	31,08
Lonza suino	N	Sottovuoto	Kg	7,66	41,42
Macinato bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,75	41,92
Noce bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,45	32,87
Petto pollo intero	E	Sottovuoto	Kg	8,14	48,35
Polpa 4 tagli	N	Sottovuoto	Kg	7,85	31,71
Polpa bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,16	29,77
Scamone bovino adulto	N	Sottovuoto	Kg	9,41	27,70
Sottofesa bovino adulto	E	Sottovuoto	Kg	8,48	47,94
Sovra cosce di pollo	N	Sottovuoto	Kg	6,76	36,10
Spalla suino disossata	N	Sottovuoto	Kg	7,06	50,00

PASTA E PANE

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Cous Cous	E	Busta sigillata	kg	1,72	17,50
Farfalle grano duro	N	Cartone	kg	1,11	18,61
Farina bianca "0"	N	Carta	kg	0,93	19,40
Farina mais bramato	N	Carta	kg	0,98	16,52
Farina polenta	N	Carta	kg	1,35	36,22
Fusilli grano duro	N	Cartone	kg	1,23	27,79
Gnocchi di patate	N	Monoconf. Sigil.	kg	2,87	34,82
Pane comune	N	Sfuso	kg	1,75	15,87
Pane di farro	N	Sfuso	kg	3,28	19,82
Pane segale	N	Monoconf. Sigil.	kg	4,07	16,20
Pane segale e lino	N	Monoconf. Sigil.	kg	5,40	74,11
Pasta all'uovo	N	Cartone	kg	1,68	35,26
Pasta di Kamut	N	Cartone	kg	2,05	n.r.
Pastina per brodo	N	Cartone	kg	1,74	58,19
Pasta per pizza	N	Busta sigillata	kg	1,72	36,05
Pennette grano duro	N	Cartone	kg	1,29	30,30
Ravioli ricotta e spinaci	N	Sottovuoto	kg	6,69	15,40
Spaghetti grano duro	N	Cartone	kg	1,30	58,54
Tagliatelle all'uovo	N	Cartoni	kg	1,16	27,62
Tagliatelle di mais	N	Cartone	kg	2,33	60,41
Tortellini al prosciutto	N	Sottovuoto	kg	6,66	32,32

PRODOTTI DA FORNO

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Croissant	N	Monoc. imballate	kg	10,63	77,08
Crostini	N	Monoc imballate	kg	3,57	60,48
Fagottino ai frutti di bosco	N	Monoc. imballate	kg	7,66	45,96
Fagottino di albicocca	N	Monoc. imballate	kg	8,90	47,72
Fagottino uvetta e mela	N	Monoc. imballate	kg	7,79	43,50
Fette biscottate di farro	N	Carta	kg	3,16	34,15
Fette biscottate integrali	N	Carta	kg	3,67	65,22
Frollini cioccolato	N	Monoc. imballate		8,81	40,40
Frollini vaniglia	E	Monoc. imballate	kg	8,00	48,64
Gallette di riso	N	Carta	kg	10,50	68,05

OMOGEINIZZATI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Omogeinizzato di carne	N	Vasetto vetro	kg	19,17	41,98
Omogeinizzato di formaggi	N	Vasetto vetro	kg	16,27	59,53
Omogeinizzato di frutta	N	Vasetto vetro	kg	13,35	28,37

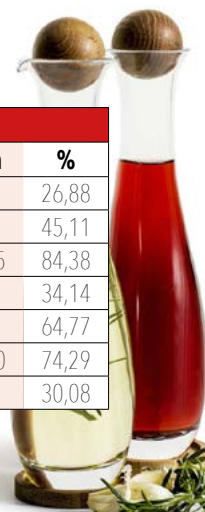
CONSERVE, CONFETTURE, SUCCHI DI FRUTTA, BEVANDE

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Composta di albicocche	N	Vetro	kg	6,74	50,79
Composta di fragole	N	Vetro	kg	7,80	61,53
Composta di pesche	N	Vetro	kg	6,30	43,06
Latte di avena	I	Tetrabrick	l	1,45	55,36
Latte di riso	I	Tetrabrick	l	1,47	46,67
Latte di soia	E	Tetrabrick	l	1,46	54,36
Marmellata di arance	N	Vetro	kg	6,57	44,87
Miele di acacia	N	Vetro	kg	7,26	68,44
Passata di pomodoro	N	Vetro	kg	0,99	49,61
Pomodori pelati kg.5	N	Banda stagnata	Kg	0,95	62,66
Succo di albicocca	N	Tetrabrick	l	2,06	30,71
Succo di pera	N	Tetrabrick	l	1,90	18,94
Succo di pesca	N	Tetrabrick	l	1,90	19,05
Succo di pompelmo	E	Tetrabrick	l	2,20	31,81

LEGUMI E CEREALI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Ceci	E	In sacchi	kg	1,58	25,24
Fagioli Borlotti secchi	N	In sacchi	kg	1,94	35,56
Farro decorticato	N	In sacchi	kg	2,67	22,36
Lenticchie	N	In sacchi	kg	1,74	63,38
Orzo perlato	N	In sacchi	kg	1,71	61,32
Piselli secchi spezzati	N	In sacchi	kg	1,37	23,25
Riso arborio	N	In sacchi	kg	1,60	36,76
Riso parboiled	N	In sacchi	kg	1,76	59,55

CONDIMENTI

PRODOTTI	prov.	confezione	u/m	p.m	%
Aceto di mele	N	Vetro	l	1,98	26,88
Aceto di vino	N	Vetro	l	1,75	45,11
Estratto per brodo	N	Vetro	kg	14,75	84,38
Olio extra vergine di oliva	N	Vetro	l	5,84	34,14
Olio semi di girasole	N	Banda stagnata	l	3,33	64,77
Pesto alla genovese	N	Vetro	kg	14,00	74,29
Zucchero di canna	N	Cartone	kg	3,27	30,08

La ripartenza mette il... live

Con il ritorno in presenza dal 22 al 26 ottobre di Host2021, Fiera Milano si conferma il place-to-be mondiale dell'ospitalità professionale

di MLA

Sostenibilità, igiene e tecnologia nel ristorante del futuro: sarà un'edizione cruciale quella di **Host2021** per un settore, quello della ristorazione, in cerca di nuove soluzioni e di una identità al passo con la tanta decantata nuova normalità.
A Host l'ospitalità professionale torna in scena "live", con più di 1.100 espositori in rappresentanza di 40 paesi e un menu di oltre 800 eventi. Dopo le difficoltà legate alla pandemia, è venuto il momento di voltare pagina. Secondo *ExportPlanning*, già il primo trimestre del 2021 ha evidenziato una forte accelerazione tendenziale del commercio mondiale per il segmento della Ristorazione professionale: +22,8% in euro rispetto al primo trimestre 2020 e +23% rispetto al corrispondente periodo 2019. Trend analoghi alla voce export: durante i primi tre mesi dell'anno, il made in Italy legato alla Ristorazione professionale risultava in progressione del 20,8% nei valori in euro rispetto al corrispondente periodo 2020 e del 7,5% rispetto allo stesso periodo del 2019.
E per il futuro? Le previsioni del *Fondo Monetario Internazionale* segnalano per il periodo 2021-2024 un ritorno a ritmi di sviluppo accelerati. I segmenti più dinamici saranno ancora una volta la Ristorazione professionale (+6,9% di crescita media annua nel periodo 2021-24) e quelli legati a Caffè/Macchine da caffè/Vending (+7% medio annuo).
Sulla scorta di questi numeri, anche l'edizione 2021 di HostMilano promette di essere il marketplace ideale dove incontrare tutte le realtà più importanti dell'ospitalità professionale, a cominciare dagli oltre 1.100 espositori che hanno già confermato la loro presenza, provenienti da 40 Paesi. Anche grazie al continuo supporto di *ICE/ITA Agenzia*, è attesa un'importante presenza di buyer da aree di particolare interesse.
Tra gli 880 eventi, spicca tra tutti *SMART Label – Host Innovation Award, il concorso per le aziende innovative organizzato in collaborazione con POLI.Design Consorzio del Politecnico di Milano e con il patrocinio di ADI – Associazione Italiana per il Disegno Industriale.*

Il boom **dell'estate**

Foto di Dan Gold su Unsplash

Un vero e proprio boom quello registrato dalla tappa estiva del monitor: ben 92 contratti in piu grazie all'esplosione della scolastica e della commerciale. Due palesi dimostrazioni di come la ristorazione stia beneficiando del contenimento dei contagi grazie alla massiccia campagna vaccinale. In particolare, segna una crescita di 42 contratti il segmento scuole che sale a 79 più che raddoppiando il proprio bottino. Bene come detto anche il fuoricasa lato commerciale con 28 aperture che portano a 85 il parziale di settore. Seguono con 14 la sociosanitaria e con 4 sia l'aziendale che i buoni pasto. Un contratto in più alla voce vending.

(Nella quinta rilevazione abbiamo censito 225 contratti e 81 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE
DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulti la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.

Foto di Benu Marinescu su Unsplash

Case di Cura, Cliniche, Ospedali

CAMST	2 contratti precedenti
CORISAR SAS	2 contratti precedenti
SERIST	1 contratto precedente
SODEXO ITALIA	1 contratto precedente

Case di riposo, Case Protette, Servizi assistenziali

CIRFOOD 8 contratti
- COMUNE DI LORO PICENO
- COMUNE DI MOGLIANO
- COMUNE DI MONTECASSIANO
- COMUNE DI MONTEFANO
- COMUNE DI POTENZA

3 contratti precedenti

DUSSMANN SERVICE 1 contratto precedente
- AZIENDA PUBBLICA DI SERVIZI ALLA PERSONA DELLA VAL DI FASSA A.P.S.P. (TN)

1 contratto precedente

ELIOR 3 contratti
- COMUNE DI TREIA (MC)
- COMUNE DI SOLFERINO (MN)

1 contratto precedente

GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS 1 contratto precedente

MEDIHOSPS COOP. SOCIALE ONLUS 1 contratto precedente

SER CAR RISTORAZIONE COLLETTIVA SPA 2 contratti
- COMUNE DI VERTOVA (BG)
- COMUNE DI BERGAMO

1 contratto precedente

SERENISSIMA RISTORAZIONE 2 contratti
- COMUNE DI CORNEDO VICENTINO (VI)
- COMUNE DI RECOARO TERME (VI)

1 contratto precedente

SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE 2 contratti
- COMUNE DI PALAZZAGO (BG)

1 contratto precedente

SOLARIA SOC. COOP. A.R.L. 1 contratto precedente

VIVENDA 1 contratto precedente

Forze Armate e Corpi Militarizzati

BIORISTORO ITALIA 1 contratto precedente

GLOBAL SERVICE 1 contratto precedente

LADISA 2 contratti
- MINISTERO DELLA GIUSTIZIA, ROMA PER ISTITUTI PENITENZIARI DI CATANZARO, CROTONE, VIBO VALENTIA
- MINISTERO DELLA GIUSTIZIA, ROMA PER ISTITUTI PENITENZIARI DI COSENZA, PAOLA, CASTROVILLARI, ROSSANO

RICA SRL 1 contratto precedente

KLASS SERVICE SRL 1 contratto precedente

Mense Aziendali

CAMST 1 contratto precedente

CIRFOOD 4 contratti precedenti

COMPASS GROUP 1 contratto
- AZIENDA MOBILITÀ E TRASPORTI SPA GENOVA

DUSSMANN SERVICE 2 contratti precedenti

ELIOR 1 contratto
- COMUNE DI SOLFERINO (MN)

Scuole Private ed Università

CIMAS SRL 2 contratti
- DISCO-ENTE REGIONALE PER IL DIRITTO ALLO STUDIO E LA PROMOZIONE DELLA CONOSCENZA LOTTO 2 CENTRO DI PREPARAZIONE OLIMPICA DI TIRRENIA (PI)

CIRFOOD 1 contratto
- DISCO-ENTE REGIONALE PER IL DIRITTO ALLO STUDIO E LA PROMOZIONE DELLA CONOSCENZA LOTTO 4

CLIPPER S.A.S. 1 contratto precedente

DUSSMANN SERVICE 2 contratti precedenti

ELIOR RISTORAZIONE 1 contratto precedente

GEMOS SOC. COOP. 1 contratto precedente

ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL 2 contratti precedenti

LA CASCINA GLOBAL SERVICE 1 contratto precedente

PANACEA SRL 1 contratto precedente

TURIGEST SRL 2 contratti precedenti

VIVENDA 3 contratti
- DISCO-ENTE REGIONALE PER IL DIRITTO ALLO STUDIO E LA PROMOZIONE DELLA CONOSCENZA LOTTO 1
- DISCO-ENTE REGIONALE PER IL DIRITTO ALLO STUDIO E LA PROMOZIONE DELLA CONOSCENZA LOTTO 3

1 contratto precedente

Scuole Pubbliche

CAMST 1 contratto
- COMUNE DI GRUGLIASCO (PV)

CIRFOOD 10 contratti
- COMUNE DI BUGUGGIATE (VA)
- COMUNE DI LEGNAGO (VR)
- COMUNE DI ARCORE (MB)
- COMUNE DI MANTOVA
- UNIONE COMUNI MODENESI AREA NORD

5 contratti precedenti

C.S.R. CONSORZIO SOCIALE ROMAGNOLO 1 contratto
- COMUNE DI CESENATICO

COOPERATIVA DI LAVORO SOLIDARIETÀ E LAVORO SCARL 1 contratto precedente

DIAPASON SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE 1 contratto
- COMUNE DI CESENATICO

DUSSMANN SERVICE 7 contratti
- COMUNE DI GAVARDO (BS)

6 contratti precedenti

ELIOR RISTORAZIONE 5 contratti
- COMUNE DI SOLFERINO (MN)
- COMUNE DI TREIA (MC)

3 contratti precedenti

EURORISTORAZIONE 2 contratti precedenti

G.M.I. SERVIZI S.R.L. 1 contratto
- COMUNE DI VIGONE (TO)

GEMOS SOC. COOP. 1 contratto
- UNIONE COMUNI MODENESI AREA NORD

GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS 1 contratto precedente

LABOR SOCIETÀ COOPERATIVA 1 contratto
- COMUNE DI CHIETI

LA CASCINA GLOBAL SERVICE 4 contratti
- COMUNE DI BOGLIASCO (GE)
- COMUNE DI PIEVE LIGURE (GE)
- COMUNE DI RECCO (GE)
- COMUNE DI SORI (GE)

Uno spettacolo di

SPK–
TEATRO

Prodotto da *Teatro Comunale Giuseppe Verdi* di Pordenone
con il sostegno di *Fondazione Friuli*
di *Lisa Moras* con *Caterina Bernardi* e *Marco Bellocchio*

Fondazione Benedetta D'Intino
A DIFESA DEL BAMBINO E DELLA FAMIGLIA

Chi ha gravi disabilità comunicative vive senza parole in un mondo privo di relazioni. Riempiamolo insieme!

Senza parlare

La storia semplice ma complicata di Sara e Marco, due fratelli separati da una (apparente) incomunicabilità

Foto di Sonia de Boni

© ARAGORN

MILANO SETTEMBRE 2021
ORE 20.30

13 - Teatro Franco Parenti

15, 16, 17, 18 - Teatro Filodrammatici

20, 21 - Teatro Tertulliano

23, 24 - PACTA Salone

27, 28 - Teatro della Cooperativa

30 e 1 ottobre - Campo Teatrale

INGRESSO GRATUITO
PRENOTAZIONE OBBLIGATORIA

Per informazioni e prenotazioni
fondazione.benedettadintino.it/senza-parlare/
biglietteria@aragorn.it

con il patrocinio di

grazie a

coordinamento generale

aragorn

La borsa delle imprese - monitor commerciale

LA MEDITERRANEA SOC.COOP. ♦ **COMUNE DI TRENTOLA DUCENTA (CE)**	1 contratto
MARKAS ♦ **COMUNE DI CARAGLIO (CN)** ♦ **COMUNE DI BERNEZZO (CN)**	2 contratti
MEDIHOSPES COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	1 contratto precedente
RISTORAZIONE OTTAVIAN ♦ **COMUNE DI CONEGLIANO (TV)**	1 contratto
PUNTO RISTORAZIONE ♦ **COMUNE DI SANT'OMOBONO TERME** ♦ **COMUNE DI ALZANO LOMBARDO**	2 contratti
SERENISSIMA RISTORAZIONE ♦ **COMUNE DI ALGHERO**	1 contratto
SER CAR RISTORAZIONE COLLETTIVA SPA ♦ **COMUNE DI TREZZANO ROSA (MI)** ♦ **COMUNE DI BERGAMO** ♦ **COMUNE DI TREVIOLO (BG)** ♦ **COMUNE DI VERTOVA (BG)** 1 contratto precedente	5 contratti
SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE SRL	1 contratto precedente
SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE ♦ **COMUNE DI PALAZZAGO (BG)** ♦ **COMUNE DI INVERUNO (MI)**	2 contratti
SIRIO ♦ **COMUNE DI SANTA MARIA CAPUA VETERE (CE)**	1 contratto
SODEXO ♦ **COMUNE DI BUDOIA** ♦ **COMUNE DI COGLIATE (MB)** ♦ **COMUNE DI SILE** 2 contratti precedenti	5 contratti
SOLARIA SOC. COOP. A R.L.	1 contratto precedente
VIVENDA ♦ **COMUNE DI MACHERIO (MB)** 2 contratti precedenti	3 contratti

Ristorazione commerciale

Esercizi Urbani e Centri Commerciali	
ALICE PIZZA	1 contratto precedente
BURGEZ ♦ **GENOVA** ♦ **FIRENZE** 2 contratti precedenti	4 contratti
CAFFÈ PASCUCCI RISTORAZIONE	1 contratto precedente
CIRFOOD	1 contratto precedente
CHANGE FOOD	1 contratto precedente
FUD BOTTEGA SICULA ♦ **PALERMO**	1 contratto
GIAPPOKE	1 contratto precedente
GRUPPO CAPRI	1 contratto precedente
GŪD MILANO	1 contratto precedente
HEALTHY COLOR ♦ **TORINO** 1 contratto precedente	2 contratti
HEKFANCHAI	3 contratti precedenti
ILLYCAFFÈ	2 contratti precedenti
IPER LA GRANDE I	1 contratto precedente
JOYLAB	1 contratto precedente
KFC ♦ **MILANO** ♦ **DALMINE** 10 contratti precedenti	12 contratti
LA CANNOLERIA SICILIANA	1 contratto precedente
LA PIADINERIA ♦ **ROMA** ♦ **OLBIA** ♦ **PALERMO** 5 contratti precedenti	8 contratti
LA PINA	1 contratto precedente
LOWENGRUBE	1 contratto precedente
LUCA GUELFI GROUP	1 contratto precedente
MCDONALD'S	3 contratti precedenti

MI'NDUJO	1 contratto precedente
MILANO CENTRALE ♦ **STAZIONE CENTRALE DI MILANO**	1 contratto
MAYBU MARGARITAS Y BURRITOS ♦ **TORINO**	1 contratto
OLD WILD WEST ♦ **MARSALA** 1 contratto precedente	2 contratti
PACIFIK POKE ♦ **TORINO** 1 contratto precedente	2 contratti
PANE&TRITA	1 contratto precedente
PIZZAUT	1 contratto precedente
PIZZA GANZA	1 contratto precedente
PIZZIUM	2 contratti precedenti
POKE HOUSE	3 contratti precedenti
PUNTO GRILL SERVICES	1 contratto precedente

Ristorazione commerciale

Esercizi Urbani e Centri Commerciali	
ROADHOUSE	9 contratti
♦ **STAZIONE CENTRALE BARI**	
♦ **PARCO COMMERCIALE SANTA CATERINA, NAPOLI**	
♦ **PISA**	
♦ **OSTIA**	
5 contratti precedenti	
SUSHIKO	1 contratto precedente
TANNICO	1 contratto
♦ **MILANO CENTRALE, MILANO**	
THE MEAT MARKET	1 contratto precedente
VIVO	1 contratto precedente
WAVES FOOD&DRINKS	1 contratto precedente

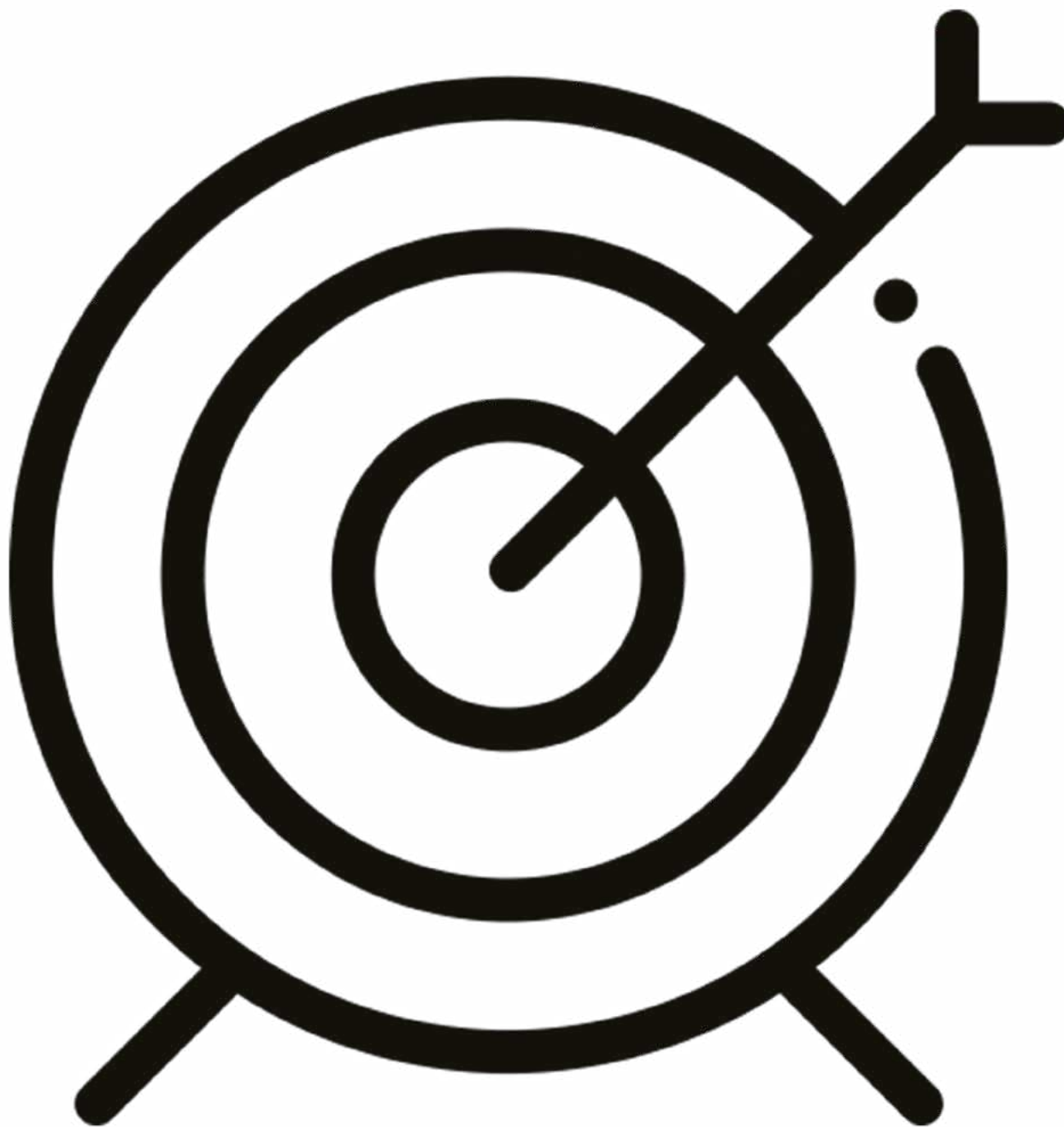
Vending	
BONCI SRL	1 contratto precedente
STIMA SRL	1 contratto precedente
STIGMA SRL	1 contratto precedente
DOLOMATIC SRL	1 contratto precedente
OVDAMATIC SRL	1 contratto
♦ **A.S.S.T. DEGLI SPEDALI CIVILI DI BRESCIA**	
GRUPPO ARGENTA	1 contratto precedente

Buoni pasto elettronici e card	
DAY RISTOSERVICE	2 contratti
♦ **FERROVIE EMILIA ROMAGNA SRL, FERRARA**	
1 contratto precedente	
EDENRED	8 contratti
♦ **ASF AUTOLINEE SRL, COMO**	
♦ **INPS DIREZIONE REGIONALE VENETO DORSODURO (VE)**	
♦ **ACER PIACENZA**	
5 contratti precedenti	
YES TICKET SRL	1 contratto precedente

Siti in Concessione	
ALMA SRL	1 contratto precedente
AUTOGRILL	1 contratto precedente
CHEF EXPRESS	3 contratti precedenti
CIRFOOD	1 contratto precedente
PANELLA	1 contratto precedente

Contratti monitorati al 31 Luglio 2021

I Segmenti della ristorazione moderna	
Case di cura, cliniche, ospedali	**6**
Case di riposo, case protette, servizi assistenziali	**23**
Totale Ristorazione Collettiva	**29**
Forze armate e corpi militarizzati	**6**
Ristoranti aziendali ed interaziendali	**9**
Totale Ristorazione Collettiva Aziendale	**15**
Scuole private ed Università	**17**
Scuole pubbliche	**62**
Totale Ristorazione Scolastica	**79**
Esercizi urbani e centri commerciali	**78**
Esercizi in concessione	**7**
Totale Ristorazione Commerciale	**85**
Imprese e società private	**0**
Enti pubblici	**0**
Buoni pasto elettronici e card	**11**
Totale Buoni pasto	**11**
Vending	**6**
Totale contratti monitorati	**225**

Foto di Sam Moqadam su Unsplash

Società monitorate al 31 Luglio 2021

N.	Società	Insegna
1	ALICE PIZZA	
2	ALMA SRL	
3	AUTOGRILL	
4	BIORISTORO	
5	BONCI SRL	
6	BURGEZ	
7	C.S.R. CONSORZIO SOCIALE ROMAGNOLO	
8	CAFFÈ PASCUCCI RISTORAZIONE	
9	CAMST	
10	CHANGE FOOD	Ham Holy Burger
11	CHEF EXPRESS	Panella
12	CIMAS SRL	
13	CIGIERRE	Old wild West
14	CIRFOOD	
15	CLIPPER S.A.S.	
16	COMPASS GROUP	
17	COOPERATIVA DI LAVORO SOLIDARIETA' E LAVORO SCARL	
18	CORISAR SAS	
19	DAY RISTOSERVICE	
20	DIAPASON SOCIETÀ COOP. SOCIALE	
21	DOLOMATIC SRL	
22	DUSSMANN RISTOSERVICE	
23	EDENRED	
24	EURORISTORAZIONE	
25	FUD BOTTEGA SICULA	
26	G.M.I. SERVIZI S.R.L.	
27	GEMOS SOC. COOP.	
28	GIAPPO	Giappoke
29	GLOBAL SERVICE	
30	GRA DI BERTAZZONI PAOLO & C. SAS	
31	GRUPPO ARGENTA	
32	GRUPPO CAPRI	Vàsame
33	GŪD MILANO	
34	KLASS SERVICE	
35	HEKFANCHAI	
36	ILLYCAFFÈ	
37	IPER LA GRANDE I	Le Terre
38	ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL	
39	JOYLAB	
40	LABOR SOCIETÀ COOPERATIVA	
41	LA CANNOLERIA SICILIANA	
42	LA CASCINA GLOBAL SERVICE	
43	LA MEDITERRANEA SOC. COOP.	
44	LA PIADINERIA	
45	LA PINA	
46	LOWENGRUBE	
47	LUCA GUELFI GROUP	Dal Milanese
48	MARKAS	
49	MAYBU MARGARITAS Y BURRITOS	
50	MI'NDUJO	
51	MCDONALD'S	
52	MEDIHOSPES COOP. SOCIALE ONLUS	
53	MI'NDUJO	
54	OVDAMATIC SRL	
55	PACIFIK POKE	
56	PANACEA SRL	
57	PANELLA	
58	PANE&TRITA	The funny side of meat
59	POKE HOUSE	
60	PUNTO GRILL SERVICES	
61	PUNTO RISTORAZIONE	
62	RISTORAZIONE OTTAVIAN	
63	ROADHOUSE	
64	RICA SRL	
65	SERENISSIMA RISTORAZIONE	
66	SERIST	
67	SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	
68	SIRIO	
69	SIRISTORA FOOD & GLOBAL SERVICE SRL	
70	SODEXO ITALIA	
71	SOLARIA SOC. COOP. A R.L.	
72	STIGMA SRL	
73	STIMA SRL	
74	SUSHIKO	
75	TANNICO	
76	THE MEAT MARKET	
77	TURIGEST SRL	
78	VIVENDA	
79	VIVO	
80	WAVES FOOD&DRINKS	
81	YES TICKET SRL	

Le croccanti fette Single Schär senza glutine ora sono in formato monoporzione

Schär Foodservice, la divisione dedicata al canale Ho.Re.Ca. del Gruppo Dr. Schär, presenta le *Fette Biscottate Single Schär*: due fette croccanti confezionate in un comodo formato monoporzione, senza glutine, senza frumento, senza lattosio e senza olio di palma, perfette per la **colazione, come snack o in accompagnamento ai pasti**. Dalla tipica e riconoscibile forma e dall'invitante color ambrato le *Fette Biscottate Single Schär* presentano un **sapore neutro e omogeneo, che le rende perfette sia nel classico abbinamento burro e marmellata sia con altre farciture salate**.
Grazie alla confezione monoporzione, mantengono a lungo la freschezza e sono **ideali per Hotel, B&B, mense e catering e per il canale dell'Healthcare** che potranno così servire con praticità un alimento gustoso e sicuro alla propria clientela celiaca e sensibile al glutine, senza il rischio di contaminazioni.
Le *Fette Biscottate Single Schär* presentano una **shelf life di 9 mesi** e sono disponibili in un **multipack da 25 monoporzioni da 21,6 gr**.
Disponibile a ottobre 2021

www.schaer-foodservice.it

I nuovi sughi al pomodoro Barilla for Professionals "tutto il sapore del sole"

Barilla for Professionals, il nuovo marchio globale del Gruppo Barilla per tutti i prodotti dedicati al mondo HoReCa, lancia i nuovi Sughi al Pomodoro che saranno disponibili per tutti i professionisti della Ristorazione nel nuovo formato da 2,5 Kg in latta riciclabile al 100%.
I nuovi sughi rossi Barilla for Professionals dedicati al Foodservice sono prodotti con ingredienti selezionati, eccellenti e naturali, 100% di origine italiana: pomodori, basilico e cipolle, non hanno aggiunta di conservanti e sono senza OGM e glutine.
Sono confezionati in un nuovo packaging in alluminio riciclabile al 100%
Sono prodotti versatili che consentono utilizzi diversi seguendo la tradizione culinaria italiana.
I nuovi Sughi Rossi sono disponibili in due ricettazioni classiche, alla base della gastronomia mediterranea:
1. SUGO AL POMODORO E BASILICO
2. SUGO AL POMODORO E CIPOLLA
La confezione di vendita è la latta da 2,5Kg di peso netto, con prodotto utilizzabile al 100%,
Il collo è termoformato con codice EAN dedicato e contiene 3 latte da 2,5 kg vendibili singolarmente.

www.barillafoodservice.it

Meno sale nelle insalate della gamma Le Regionali di Bonduelle

Bonduelle, azienda leader nel mercato della IV Gamma, si impegna in modo concreto a promuovere abitudini alimentari più sane ed equilibrate attraverso un consumo più consapevole e corretto di sale.
Percorso, questo, che l'azienda ha intrapreso anni fa con la riduzione del contenuto di sale oltre che di zuccheri e additivi all'interno dei propri prodotti e quello delle Regionali è un ulteriore passo di questo processo
La linea di insalate pronte in ciotola di Bonduelle saranno infatti protagoniste di un importante cambiamento, ossia la riduzione del 50% del contenuto di sale offerto come condimento - insieme a olio extravergine di olive e Aceto Balsamico di Modena IGP presente nelle bustine per condire l'insalata, che vuole suggerire al consumatore un'attitudine più sana possibile e non eccedere con l'apporto di sale.
Tra i benefici derivanti da questa operazione, primo fra tutti quello sulla salute dei consumatori, che potranno raggiungere con più facilità il target raccomandato di massimo 5 grammi di sale al giorno, e il compimento di un ulteriore passo verso la riduzione degli sprechi, derivanti da un utilizzo inferiore di sale rispetto a quello disponibile fino a ora in confezione.

www.bonduelle.it

ALIMENTI SENZA GLUTINE

Dr Schär
Foodservice

Dr. Schär S.p.A.
Winkelau 9
39014 Burgstall (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293595
Fax +39 0473 293649
foodservice.it@drschaer.com
www.drschaer-foodservice.com

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE

Augusto S.r.l.
Centro direzionale Zipa
Viale dell'Industria, 5
60035 Jesi (AN)
Tel. + 39 0731 288021
Fax + 39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com

Costa Group
Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309
Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net
www.costagroup.net

Ifi S.p.A.
Strada Selva Grossa, 28/30
61010 Tavullia (PU)
Tel. 0721 20021
info@ifi.it – www.ifi.it

Spazio Futuro
Via Carlo Bazzi, 49
20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450
www.spaziofuturo.it

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM
Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM
Sede Operativa
Viale Coni Zugna, 71
20144 Milano
Tel. +39 02 38292046
segreteria@aigrim.it
Sede Legale
Piazza G. G. Belli, 2 - 20153 Roma

Angem
Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537
Fax +39 02 76280761
info@angem.it
www.angem.it

ANSEB
Piazza Belli, 2
00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@anseb.com
www.anseb.it

CNCC
Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120
Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it

Efcem Italia
Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it

FIPE
Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it

Legacoop
Via G.A. Guattani, 9 - 00161 Roma
Cell. + 39 329 0351621
Tel. + 39 06 84439300/521
legacoop.produzione-servizi.coop

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI

General Beverage S.r.l.
Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
numero verde: 800 850 900
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COLLETTIVA

Camst Group
Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camstgroup.com

CIRFOOD
Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com - www.cirfood.com

Compass Group Italia S.p.A.
Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano
Tel. +39 02 480531
Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

Elior Ristorazione S.p.A.
Via Privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it

Gemeaz
elior

Gemeaz Elior S.p.A.
Via Privata Venezia Giulia, 5/A 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
infogemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it

I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.
Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio
80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmspa.com
www.ifmspa.com

Markas S.r.l.
Via Macello, 61
39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
it@markas.com
www.markas.com

Pellegrini S.p.A.
Via Lorenteggio, 255
20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1
Fax +39 02 89125922
www.gruppopellegrini.it

Serenissima Ristorazione S.p.A.
Via della Scienza, 26/A
36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400
Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it
www.grupposerenissima.it

Sodexo Italia S.p.A.
Via Fratelli Gracchi, 36
20092 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 02 69684.1
Fax +39 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE

Autogrill S.p.A.
Centro Direzionale Milanofiori Strada 5, Palazzo Z
20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com

Burger King Restaurants Italia S.r.l.
Strada 1, Palazzo F4
Milanofiori - 20090 Assago (MI)
Tel. +39 02 32061235
franchising@burgerking.it
www.burgerking.it

Chef Express S.p.A.
Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711
Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it

CIRFOOD RETAIL
Via Nobel, 19
42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com
www.cirfood.com

MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.
Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 – Blu Building – Ala 3 – 2° floor
20153 Milano
Tel. +39 02 3909951
Fax +39 02 3552234
info.italia@areas.com
www.it.areas.com

Roadhouse Grill Italia S.r.l.
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811
Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it

Sirio S.p.A.
Via Filippo Re, 43-45
48124 Fornace Zarattini (RA)
Tel. +39 0544 502414
Fax. +39 0544 502488
info@siriobar.it - www.siriobar.it

BUONI PASTO

BLU BE.
WORK, LIVE, BE MORE

BluBe
Piazza Adriano Olivetti, 3
20139 Milano
Tel. +39 02 3454191
Fax +39 02 34541955
www.blube.it

Yes Ticket S.r.l.
Sede legale:
Via Quintino Sella, 3
20121 Milano

Sede operativa:
Via Ippolito Rosellini, 12
20124 Milano
Tel. +39 02 87178975
Fax +39 02 21115319
clienti@yes-ticket.it - www.yes-ticket.it

Ticket Restaurant
Edenred Italia S.r.l.
Via Giovanni Battista Pirelli, 18
20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARRELLI TERMICI

rational PRODUCTION

Rational Production S.r.l.
Via L. Galvani, 7/H
24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203
Fax +39 035 4521983
info@rationalproduction.com
www.rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO

Dac S.p.A.
Via G. Marconi, 15
25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211
Fax +39 030 2568340
info@gruppodac.eu
www.gruppodac.eu

Marr S.p.A.
Via Spagna, 20
47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111
Fax +39 0541 742422
www.marr.it

METRO Italia Cash and Carry S.p.A.
Via XXV Aprile, 25
20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808
Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it
www.metro.it

CONSULENZE

Progetta sc
Via Lodovico il Moro, 159
20142 Milano
Tel. +39 02 89122357
Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it

CONTENITORI E PIATTI IN ALLUMINIO

CONTITAL®

Contital S.r.l.
Via Appia km 192.358
81052 Pignataro Maggiore (CE) – Italia
Tel +39 0823 873-111
sales@contital.com
www.contital.com

CUCINE PROFESSIONALI

Ali Group S.r.l.
Via Gobetti 2a - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991 - Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it - www.aligroup.it

Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.
s/s Romana Sud, 90 - 41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411 - Fax +39 059 642499
www.angelopo.it

Electrolux Professional S.p.A.
V.le Treviso, 15
33170 Pordenone
Tel. +39 0434 380854
Fax +39 0434 385854
www.electroluxprofessional.com

IRINOX
The Freshness Company®

Irinox S.p.A.
Via Madonna di Loreto, 6/B
31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844
Fax +39 0438 5843
irinox@irinox.com
www.irinox.com

ITALIAN CULINARY ART

Lotus S.p.A.
Food Catering Equipment
Via Calmaor, 46 - 31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020 - Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it - www.lotuscookers.it
LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE

Allegrini S.p.A.
Vicolo Salvo D'Acquisto, 2 - 24050 Grassobbio (BG)
Tel. + 39 035 4242111 - Fax + 39 035 526588
info@allegrini.com - www.allegrini.com

EQUIPMENT

Robot Coupe Italia S.r.l.
Via Stelloni Levante, 24/a - 40012 Calderara di Reno (BO)
Tel. +39 051 726 810 - www.robot-coupe.it

FOOD & BEVERAGE

Barilla FoodService
Soluzioni ristorative
Via Mantova, 166 - 43122 Parma
Numero verde 800388288 - www.barillafoodservice.it

L'ORTOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA
Conor S.r.l.
Via delle viti 5 - 40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111 - Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it - www.conorsrl.it

Cupiello
Riviera di Chiaia, 215 - 80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081 400816 - Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com - www.cupiello.com

General Fruit S.r.l.
Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG)
Tel. + 39 035927030
www.generalfruit.com

INALCA S.p.A.
Via Spilamberto, 30/c - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111 - Fax +39 059 755517
info@inalca.it

OROGEL S.p.A.
Via Dismano, 2600 - 47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771 - Fax +39 0547 377016
www.orogel.it - info@orogel.it

PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA,
SUGHI SURGELATI E PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.
Via Bastia, 16/1 - 48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328 - Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it
www.surgital.com

FORNI

LAINOX Ali Group S.r.l.
Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110
Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it - www.lainox.it

Rational Italia S.r.l.
Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050
Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.com

FORNITURE PER RISTORAZIONE

Five Services
Via G. Amendola, 5
20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com
www.fiveservices.com

Metaltecnica Produzioni S.r.l.
Via Rossini, 26
47814 Bellaria (RN)
Tel. 0541 347852
Fax 0541 347660
www.metaltecnica.com
info@metaltecnica.com

S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.
Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI

Adriatica Oli S.r.l.
C.da Cavallino, 39 - 62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com - www.adriaticaoli.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE

Comenda Ali Group S.r.l.
Via Galileo Galilei, 8 - 20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1 - Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu

Meiko Italia S.r.l.
Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind - 10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a. - Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it - www.meiko.it

NOLEGGIO POSATE

Clearkit
Via Giovanni Donghi, 8 - 20811 Cesano Maderno (MB)
Tel. 0362 687643
commerciale@clearkit.it - www.clearkit.it

SERVIZI INTEGRATI

Dussmann Service S.r.l.
Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SOFTWARE

Axios Informatica S.r.l.
Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546 - Fax +39 0424 586284
comunita@axios.it - www.axiosinformatica.it

Gamba Bruno S.p.A.
Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011 - Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it - www.gambabruno.it

Medimatica S.r.l. Unipersonale
Contrada San Giovanni, 75 - 64010 Colonnella (TE)
Tel. +39 0861 761931
info@mealmanager.it
www.mealmanager.it

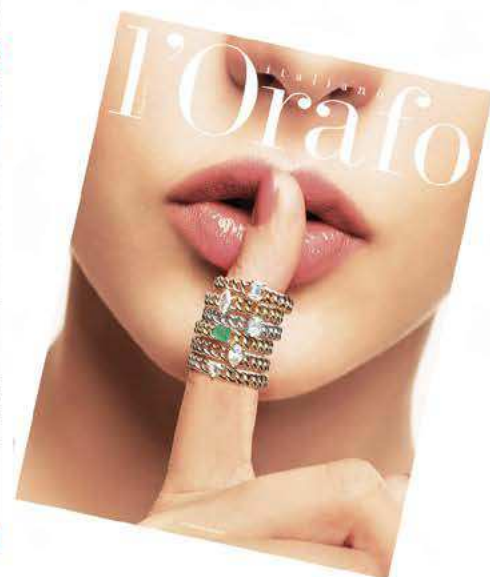
myTEC.com
GLOBAL SOLUTIONS FOR HOSPITALITY

Mytec S.r.l.
Sede operativa
Via Caravaggio 28/A - 20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 039 9466362
info@mytec.com
www.mytec.com

Ristocloud Group Srl
Via Risorgimento 20 - 37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. + 39 045 6402881
Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com
www.ristocloudgroup.com

SERENISSIMA
INFORMATICA

Serenissima Informatica SpA
Via Croce Rossa, 5 - 35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111
Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it - www.serinf.it

Zucchetti
Via Solferino, 1 - 26900 Lodi
Tel. +39 0371 594 2444
market@zucchetti.it
www.zucchetti.it

I liquori delle nonne

di Idealibri
Euro 18,00

Fin dai tempi più antichi l'uomo si è dedicato alla distillazione di foglie e radici, dai quali ha estratto essenze profumate ed elisir. Nel tempo questa attività ha permesso di ottenere medicamenti, tonici e addirittura disinfettanti per le ferite.
Se anche nel Medioevo il vino veniva distillato per ottenere liquori, è solo nel periodo rinascimentale che questi preziosi concentrati, tanto apprezzati da re e imperatori, si diffondono per arrivare fino a noi, ormai raffinati artificialmente e reperibili ovunque sul mercato.
Imparare l'arte della distillazione significa non solo riappropriarsi di una parte importante della nostra tradizione, ma anche recuperare il legame indissolubile che unisce l'uomo alla natura e ai suoi prodotti, e che prende la forma di invitanti bevande da utilizzare e gustare in ogni momento e in ogni occasione.

Mangiare da Dio. La storia della Chiesa in cinquanta ricette

di Paolo Mussat Sartor,
Andrea Ciucci
San Paolo Edizioni
Euro 12,90

Tra le innumerevoli vicende e i grandi personaggi che hanno segnato la Chiesa, molti sono gli aneddoti e gli episodi legati a pietanze e ricette: dal pane di crusca mangiato dai primi eremiti del deserto al paté di aringhe preparato dai monaci dell'abbazia di Westminster, dal pasticcio di carne di Leone X fino alla bagnacauda prediletta da papa Francesco.
Poiché la tavola è anche condivisione e fratellanza, ecco cinquanta ricette raccolte da Paolo Mussat Sartor e Andrea Ciucci, che hanno accompagnato in duemila anni di storia il cammino del popolo in comunione con Cristo. Ma che promettono di piacere (o incuriosire) i palati di tutti, indifferentemente da credo e convinzioni religiose.